

Michaela Maier



Auslandsberichterstattung nach dem 11. September 2001

Bewertung der deutschen Medienberichterstattung
durch deutsche, US-amerikanische,
afghanische und türkische Rezipienten.

*Kommunikation &
Management*

*Band 3
ISSN 1612-3492*

Impressum

Auslandsberichterstattung nach dem 11. September 2001
Bewertung der deutschen Medienberichterstattung durch deutsche, US-amerikanische,
afghanische und türkische Rezipienten.
(Kommunikation und Management, Band 3)

Herausgeber

Prof. Dr. Claudia Mast

Universität Hohenheim

Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft und Journalistik

Fruwirthstrasse 49

70599 Stuttgart

Autoren

Michaela Maier

Grafiken

Michaela Maier

Layout/Satz

Rainer Bluthard

Druck

Universität Hohenheim

ISSN 1612-3492

© Dr. Michaela Maier, Universität Hohenheim,
Fachgebiet Kommunikationswissenschaft und Journalistik, Stuttgart 2003

Michaela Maier

Auslandsberichterstattung nach dem 11. September 2001

Bewertung der deutschen Medienberichterstattung durch
deutsche, US-amerikanische, afghanische und türkische
Rezipienten.

<i>Inhalt</i>	<i>Seite</i>
<i>Vorwort</i>	5
<i>Kapitel 1</i>	
<i>Forschungsstand</i>	7
<i>Bedingungen der journalistischen Arbeit</i>	7
Regeln der Journalistischen Selektion.....	8
Journalismus und sicherheitspolitische Öffentlichkeitsarbeit	11
Besonderheiten des Kriegs gegen Afghanistan	15
<i>Zusammenfassung</i>	18
<i>Kapitel 2</i>	
<i>Zuschauerbefragung</i>	21
<i>Methode</i>	21
Methodisches Design.....	21
Soziodemographische Merkmale der Befragten	22
Eingesetztes Anschauungsmaterial	23
<i>Ergebnisse der Gruppendiskussionen</i>	26
Lebenssituation der ausländischen Befragten	26
Afghanen	26
Türken	28
Amerikaner	29
Mediennutzung der ausländischen Befragten	30
Afghanen	30
Türken	31
Amerikaner	34
<i>Zusammenfassung</i>	35

Erwartungen an die Berichterstattung im Krisenfall	36
Persönliche Betroffenheit der Probanden	38
Mediennutzung	40
Bewertung der Medienberichterstattung	45
Sachlichkeit der Darstellung	46
Neutralität der Berichterstattung	47
Hintergrundinformationen	49
Glaubwürdigkeit	51
Beitrag zur Integration	53
Medienberichterstattung im zeitlichen Verlauf	54
Unterschiede zwischen deutschen und ausländischen Medien	55
<i>Ausblick</i>	57
<i>Anhang</i>	60
<i>Abbildungen</i>	60
<i>Gesprächsleitfaden für die Gruppendiskussionen</i>	63
<i>Rekrutierungsfragebogen</i>	69
<i>Soziodemographische Merkmale der Befragten</i>	71
<i>Abbildungsverzeichnis</i>	74
<i>Literaturverzeichnis</i>	75

Vorwort

Die Welt wird diese Bilder nie vergessen: Am 11. September 2001 raste um 8:45 Uhr Ortszeit ein entführtes Flugzeug in den Nordturm des World Trade Centers in New York. 18 Minuten später wurde auch der Südturm von einer Passagiermaschine getroffen, eine Stunde später das Pentagon. Gegen Mittag war das World Trade Center - der markante Bau in der New Yorker Skyline - in Folge zahlreicher Detonationen und Brände eingestürzt. In seinen Ruinen starben 2.819 Menschen.

Die Terroranschläge islamischer Fundamentalisten auf das World Trade Center in New York und das Pentagon in Washington sowie der darauf folgende internationale Kampf gegen den Terrorismus waren für die Medien Ereignisse mit einem außerordentlich hohen Nachrichtenwert. Nur sieben Minuten nach dem ersten Anschlag ging die Nachricht vom amerikanischen Nachrichtensender CNN aus an die Nachrichtenagenturen in aller Welt.

Das außergewöhnliche Medienereignis pulverisierte jede journalistische Routine. Die Fernsehveranstalter gaben ihre Programmplanung auf: RTL ging mit einer Sondersendung des Nachrichtenformats RTL Aktuell "Terror gegen Amerika" um 15:09 Uhr auf Sendung. Um 15:24 kam ein ZDF Spezial hinzu, um 15:32 die ARD Tagesschau und um 16:03 die SAT.1 Nachrichten. Viele Veranstalter sendeten zumindest in den ersten drei Tagen nach den Anschlägen Informationsprogramme und Hintergrundberichte und verzichteten gleichzeitig auf einen Großteil ihres Unterhaltungsprogramms. Der Musiksender VIVA beispielsweise stellte sein Programm aus Respekt vor den Opfern der Terroranschläge für einige Tage ein.

Für das Fachgebiet Kommunikationswissenschaft und Journalistik waren die Anschläge ein Anlass, den Prozess der Medienberichterstattung und die Mediennutzung im Krisenfall zu untersuchen. Das Anliegen der vorliegenden, aus Mitteln des Lehrstuhls finanzierten Studie geht jedoch über die aktuellen Ereignissen hinaus: Auf der Grundlage von Interviews, die wir mit in Deutschland lebenden US-Amerikanern, Afghanen und Türken geführt haben, analysieren wir die Qualität der Medienberichterstattung - vor allem des deutschen Fernsehens - über die Anschläge und den Afghanistankrieg. Unser Ziel ist es, Hinweise auf die Integrationsfunktion der Medien und für eine Verbesserung der deutschen Auslandsberichterstattung aufzuspüren.

*Steckbrief zur Studie Auslandsberichterstattung nach dem
11. September 2001*

Methode:
Fokusgruppen-Diskussionen

Befragte:
76 deutsche oder in Deutschland lebende afghanische, türkische
und US-amerikanische Fernsehzuschauer

Befragungsorte:
Stuttgart, Hamburg, Berlin, Nürnberg

Befragungszeitraum:
Januar/Februar 2002

Durchführung:
Fachgebiet für Kommunikationswissenschaft und Journalistik
der Universität Hohenheim
psyma GmbH, Institut für psychologische Marktanalysen, Nürnberg

Forschungsstand

Bedingungen der journalistischen Arbeit

"Kriegszeiten sind schlechte Zeiten für Journalisten. Ihnen drohen Gefahren von allen Seiten" schreibt Wabnitz (2002: 9). Einerseits stellt der Einsatz im Krisengebiet oft eine unmittelbare Bedrohung ihres eigenen Lebens dar - in den ersten zwei Monaten des Afghanistan-Krieges wurden zum Beispiel mehr Reporter als amerikanische und britische Soldaten getötet. In diesem Zusammenhang geraten Journalisten auch immer wieder unfreiwillig in eine Abhängigkeit von Kriegsparteien, unter deren Schutz sie ihre Arbeit verrichten. (vgl. Stauth 2002)

Andererseits haben die Regierungen ihre eigenen Vorstellungen von Informationspolitik und bedrängen die Journalisten entweder die Wahrheit nicht ans Licht kommen zu lassen oder einseitige, nur ihren Interessen dienende Berichte und Kommentare zu publizieren. (vgl. Bilke 2002) Und schließlich können die Journalisten auch Opfer ihrer eigenen patriotischen Gefühle werden, die sie an der Ausübung ihres Berufseides hindern, nichts als die Wahrheit zu sagen.

Gleichzeitig profitiert der Journalismus jedoch auch vom Krieg. Bilke (2002: 55) weist zurecht auf die vielfältigen technologischen, ökonomischen, politischen und individuellen Verquickungen von Medien und kriegführenden Regierungen hin: Technologisch profitierten Mediensysteme vom Krieg, da neue Medientechnologien fast immer Nebenprodukte der Militärtechnologie sind. Ökonomisch führen Kriege wie Katastrophen stets zu einer höheren Aufmerksamkeit der Rezipienten und damit zu steigenden Reichweiten und Verkaufszahlen. Zudem können sich einzelne, sonst nur weniger nachgefragte Informationsspartensender am Markt positionieren - wie z. B. der Nachrichtensender CNN, der seine Stellung auf dem internationalen Medienmarkt im Golfkrieg entscheidend ausbauen konnte. Politisch stehen die Medien im Kriegsfall stets auf der Seite der Mächtigsten und tragen zur Produktion von Feindbildern bei, die beim "Krieg um die Köpfe" besonders wichtig sind.

Diese Bedingungen der journalistischen Arbeit in Kriegszeiten werden in den folgenden Kapiteln untersucht: Zunächst werden die Selektionsmechanismen und die bestimmenden Nachrichtenfaktoren in Kriegs- und Krisensituationen dargestellt. Die grundsätzlichen Interdependen-

zen zwischen Journalismus und sicherheitspolitischer Öffentlichkeitsarbeit werden beleuchtet - und die Besonderheiten des Krieges gegen Afghanistan aufgezeigt.

Regeln der Journalistischen Selektion

Traditionell stehen die Selektionsmechanismen der journalistischen Nachrichtenproduktion im Mittelpunkt der Forschungsbemühungen über Auslands- und speziell Krisenberichterstattung. Und umgekehrt ist die Krisenberichterstattung der ursprüngliche Gegenstandsbereich der Nachrichtenwertforschung. Aus der friedenswissenschaftlichen Perspektive hatten Östgaard (1965), Galtung / Ruge (1965) und später auch Sande (1971) die Kriterien der journalistischen Nachrichtenauswahl analysiert. Dabei kam Östgaard (1965: 54f.; vgl. auch Maier 2003a: 27ff.) zu dem Ergebnis, dass die Neigung von Journalisten zu Vereinfachung und Sensationalismus sowie ihr Bestreben, dem Publikum Möglichkeiten zur Identifikation mit den Objekten der Berichterstattung zu geben, drei Implikationen habe:

1. Der Status Quo der Weltordnung werde bestärkt, und den individuellen Handlungen von Führungskräften internationaler Großmächte werde eine übertriebene Bedeutung zugewiesen.
2. Die Medien stellten die Welt konfliktreicher dar, als sie tatsächlich in der sozialen Wirklichkeit sei. Sie betonten bei Konflikten eher den Einsatz von Gewalt als friedliche Lösungsversuche
3. Die Medien betonten und verstärkten die Teilung der Welt in Nationen mit hohem und Staaten mit niedrigem Status.

"Für den Journalismus sind Kriege in erster Linie ein Thema, das öffentliche Aufmerksamkeit sammeln soll und auf diese Weise integrierend wirken kann. Journalisten halten Krisen, Konflikte und Kriege - im Vergleich zu anderen Themen - für überdurchschnittlich relevant, weil Kriege eine Vielzahl von medialen Kriterien erfüllen, die aus Ereignissen Nachrichten machen"

(Löffelholz 2002: 36; vgl. auch Debatin 2003)¹.

¹Debatin (2003: 163) formuliert sogar die These, dass die Terroristen des 11. Septembers 2001 bei der Planung ihrer Anschläge eine klare Vorstellung von den Regeln der Medienaufmerksamkeit hatten: "They organized and executed their attacks anticipating the media impact and the symbolic power that the worldwide broadcasted images would have". Vor allem folgende Aspekte wären dabei die Grundlage für die große Beachtung durch die Medien gewesen: Timing, Ästhetik, Redundanz, Mystifizierung und Glorifizierung.

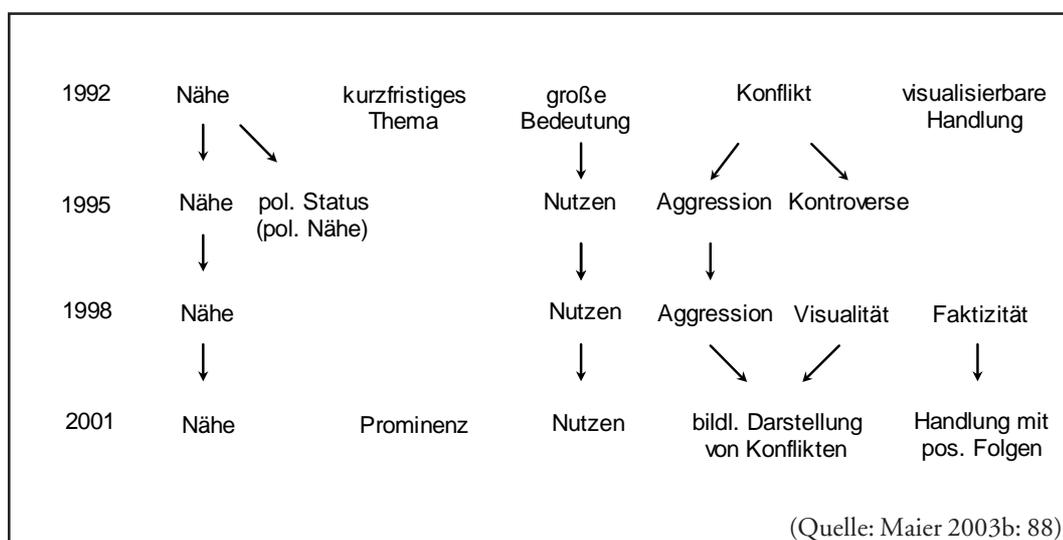
Hinsichtlich der Frage, welche Kriterien der medialen Selektion - d. h. welche Nachrichtenfaktoren - bei der Berichterstattung über Kriege und Krisensituationen eine besondere Rolle spielen, differieren die empirischen Forschungsergebnisse jedoch: Staab (1990: 135ff.) kommt zu dem Ergebnis, dass die Berichterstattung über die Mittelamerika-Krise zwischen den USA und Nicaragua im Jahr 1984 wesentlich durch die Faktoren Kontroverse, Aggression und persönlicher Einfluss bestimmt wurde. Löffelholz (2002) geht hingegen davon aus, dass fünf Gruppen von Nachrichtenfaktoren eine besondere Bedeutung für die Kriegsberichterstattung haben:

- der Grad der Betroffenheit des eigenen Landes,
- die Politische, ökonomische und kulturelle Nähe des betroffenen Landes zum eigenen Land,
- die Beteiligung einer Elite-Nation an den Ereignissen,
- die Möglichkeit zur Anschlusskommunikation an Ereignisse im eigenen Land und
- die Visualisierbarkeit des Ereignisses.

Maier (2003b: 85ff.) analysiert die langfristige Entwicklung von den einzelnen Nachrichtenfaktoren übergeordneten Dimensionen der Nachrichtenauswahl. Bezogen auf die Berichterstattung über internationale Politik sowohl der öffentlich-rechtlichen als auch der privaten Fernseh-

Abbildung 1.1

Nachrichtenfaktoren bei den öffentlich-rechtlichen TV-Sendern
(bezogen auf die Berichterstattung über internationale Politik, 1992-2001)



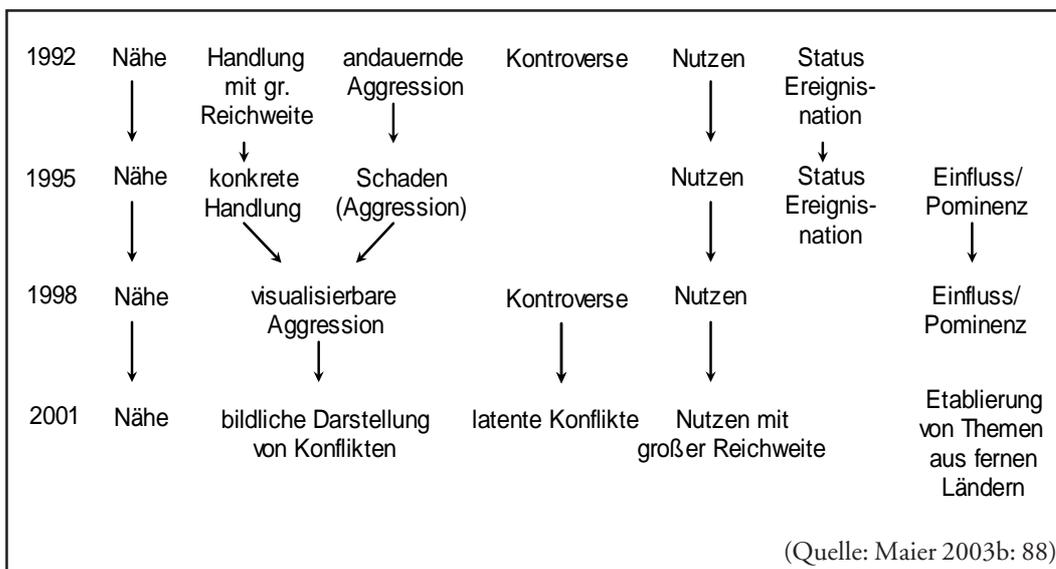
programme in Deutschland zeichnen sich für den Zeitraum von 1992 bis 2001 die Faktoren Nähe des Ereignislandes zu Deutschland sowie die Möglichkeit der bildlichen Darstellung des Ereignisses als langfristig stabile Dimensionen der Nachrichtenauswahl ab (vgl. Abbildungen 1.1 und 1.2). Hinzu kommt bei beiden Veranstaltergruppen das Kriterium des zu erwartenden Erfolges bzw. des Nutzens eines Ereignisses.

Auf die zunehmende Bedeutung des Faktors Visualität bei der Nachrichtenauswahl weist auch Diehlmann (2003: 135ff.) auf der Grundlage einer Journalistenbefragung hin. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass "die Verfügbarkeit und Qualität bewegten Bildmaterials wesentlich die journalistische Nachrichtenauswahl deutscher Fernsehnachrichtensendungen bestimmt." Neben der Vermittlung von Authentizität und Aktualität tragen bewegte Bilder zusätzlich zur Unterhaltung und Emotionalisierung des Publikums bei; sie intensivieren das mediale Erlebnis und erleichtern die Interpretation der Ereignisse (vgl. auch Brosius 1998; Meckel 2001).

Abbildung 1.2

Nachrichtenfaktoren bei den privaten TV-Sendern

(bezogen auf die Berichterstattung über internationale Politik, 1992-2001)



Journalismus und sicherheitspolitische Öffentlichkeitsarbeit

In jüngerer Zeit hat auch ein zweiter Aspekt der Kriegsberichterstattung Eingang in die Forschungsbemühungen gefunden: Das Verhältnis von Journalismus und sicherheitspolitischer Öffentlichkeitsarbeit, das unter mit dem Stichwort "strategisches Informationsmanagement der Krieg führenden Parteien" gefasst werden kann (vgl. Löffelholz 2002: 36).

Das heißt, jede Kriegsseite versucht, ihre eigene Version der Ereignisse zu verbreiten. Krotz (2002: 18) berichtet, schon Alexander von Mazedonien habe Schreiber gehabt, die jeden seiner Siege bekannt machten: "Der Bericht über die letzte Schlacht wurde so zur Waffe in der nächsten." Als weitere Beispiele für besonders gelungene Kriegspropaganda nennt er Julius Caesar, der seine Berichte selbst schrieb, und Napoleon, der bereits die aufkommende Presse durch schlichte Bestechung instrumentalisiert haben soll. "Die Berichterstattung über Kriege und Siege war schon immer ein Politikum, das die erfolgreichen Männer der Geschichte [...] nicht dem Zufall überließen" (Krotz 2002: 18).

Bei dieser Inszenierung des Krieges gehe es nicht vorrangig um Unterdrückung und Zensur, sondern darum, die Wirklichkeit des Krieges "auf angemessene Weise zu arrangieren, um kritische Fragen von vornherein zu verhindern. Anders ausgedrückt: Zivilgesellschaft und Öffentlichkeit sollen betrogen werden, indem das reale Geschehen und das öffentliche Wissen voneinander getrennt werden." (Krotz 2002: 19) Dies zeige sich in der Sprache ("Angriff auf die Zivilisation"), der Darstellung des Gegners ("Schurkenstaaten") und in der Selbststilisierung (Krotz 2002), vereinfachenden Stereotypisierungen ("Kampf zwischen Böse und Gut"), aufwendigen Imagekampagnen, militärischer Zensur und gezielter Desinformation (Löffelholz 2002: 37). "Informationen werden darüber hinaus durch militärische Öffentlichkeitsarbeit verknapppt, die journalistische Aufmerksamkeit für kriegerische Konflikte dadurch erhöht" (Löffelholz 2002: 37; vgl. auch Kunczik 1995).

"Das erste Opfer des Krieges ist deshalb immer die Wahrheit. Dies bürdet den Journalisten und Medien eine große Verantwortung auf. Sie ist umso größer, wenn es ihnen schwer fällt, eine neutrale Haltung einzunehmen, weil das eigene Land Partei ist"

(Schröder 2002: 13).

Zu den größten Hindernissen in der Kriegs- und Krisenberichterstattung zählt demnach vor allem das bewusste Verschweigen von Fakten und

gezielte Desinformation der Journalisten durch die unmittelbar am Konfliktfall Beteiligten.

Vor allem bei den heute üblichen Live-Schaltungen werde "unvollständig und unter den Bedingungen der Zensur berichtet, werden Meinungen und Einschätzungen statt Fakten wiedergegeben" (Knott-Wolf 2001: 15ff.).

Eine solche "Zensur" durch Militärs findet zum Beispiel auch in der Bundesrepublik Deutschland auf der Grundlage der geltenden allgemeinen Gesetze zum Geheimnis- oder Landesverrat statt:

"Die Verfassung garantiert zwar die Informationsfreiheit, das heißt das Recht, sich aus ‚allgemein zugänglichen Quellen‘ frei zu unterrichten, aber das schließt noch lange nicht das Recht auf freien Zugang zu allen Informationen ein. Was ‚allgemein zugänglich‘ ist, bestimmen die Behörden. Einschränkungen sind zulässig, etwa durch eine restriktive Informationspolitik, vor allem im militärischen Bereich"

(Schröder 2002: 12).

Bei internationalen Konflikten haben die Journalisten häufig keinen Zugang zum bzw. keinen Schutz im umkämpften Gebiet und sind daher auf die ‚Heeresberichte‘ sowie das Bildmaterial der Oberkommandos und Verteidigungsministerien angewiesen. Vor allem für ausländische Journalisten ist der Zugang zu Informationen stark eingeschränkt. Schon seit dem Falklandkrieg kontrollieren die Siegermächte der Auseinandersetzungen den Mediengriff zu Informationen: Damals ließen die Briten erstmals zu veröffentlichende Artikel einem Zensor vorlegen.

In den USA disziplinieren sich die Journalisten hingegen traditionell selbst. Seit dem Vietnamkrieg, in dem Kriegsbilder die Moral der Bevölkerung und Truppe untergruben, beschränken Regierung und Armee zusätzlich den Zugang zu Informationen. Im Golfkrieg hatten die Amerikaner dann zwei wirksame Möglichkeiten der Kontrolle journalistischer Arbeit eingeführt:

- die Bildung von sogenannten Pools von Journalisten, die den Truppen ins Kampfgebiet folgen durften, in die jedoch nur zuverlässige amerikanische Journalisten aufgenommen wurden,
- und die Pflicht, Berichte aus dem Einsatzgebiet einer Militärbehörde vorzulegen.

Durch solche Beschränkungen geraten ausländische Fernsehredaktionen zunehmend in Schwierigkeiten, wenn sie sich bei der Berichterstattung nicht von den Amerikanern instrumentalisieren lassen wollen. Der US-Sender CNN war im Golfkrieg der einzige Sender, der aufgrund einer Vereinbarung mit dem Irak aus Bagdad berichten konnte. Auch im Kosovo-Konflikt erhielten nur die Sender BBC und CNN Einreisegenehmigungen für ihre Korrespondenten, während alle anderen Journalisten ausgewiesen wurden (Knott-Wolf 2001: 1).

Doch selbst wenn der Zugang zu den Kriegsgebieten möglich ist, ist die freie Ausübung der journalistischen Tätigkeit nicht gesichert. Regelmäßig werden Journalisten beim Umgang mit Behörden und Miliz behindert. Im Jugoslawienkrieg erwies sich die freie Wahl des Aufenthaltsortes und die Möglichkeit der selbstbestimmten Ausreise als besonders problematisch. Ausweisung und Bedrohung von Journalisten sowie Strafmaßnahmen waren keine Seltenheit (Richter 1999: 179; vgl. auch Miroschnikoff 2001: 39).

Ein weiteres großes Problem ist der manipulative Einsatz von Bild-dokumenten seitens der Regierungen, um die Medien für eigene Zwecke zu instrumentalisieren:

"Wer sich daran erinnert, welche Wirkung die nachträglich als falsch entlarvte Nachricht von den irakischen Soldaten, die in Kuwait neugeborene Kinder aus den Brutkästen gerissen hätten, auf die Rechtfertigung des Golfkrieges auch bei uns hatten, der weiß [...] um die emotionale Wirkung von Kriegskommunikation auch weitab eines Krieges"

(Iten 1995: 17).

Fehlt dann aufgrund der örtlichen Gegebenheiten und des Zeitdrucks die gründliche Gegenrecherche, kommt es zu Falschmeldungen, wie über die vermeintlichen Massengräber in Tschetschenien (Knott-Wolff 2001: 18). "Gier nach Sensationen und wachsender Konkurrenzkampf erleichtern die Verbreitung von Gerüchten und Manipulation" bestätigt Miroschnikoff (2001: 38). Je weniger Informationen aus anderen Quellen zur Verfügung stehen und je authentischer und relevanter die Informationen scheinen, umso größer ist der Erfolg des militärischen Informationsmanagements (Löffelholz 2001: 33).

Doch trotz des Wissens um die Propaganda des Militärs gibt es für Journalisten keinen absoluten Schutz vor Manipulation (Richter 1999: 168). Besondere Vorsicht ist bei der Übernahme von "neutralistischen Wort-

ungeheuern" (Roth 2001: 52) wie "Kollateralschäden" geboten. So wurde vom NATO-Pressesprecher Jamie Shea im Kosovo-Krieg peinlichst das Wort Krieg vermieden. Statt dessen sprach man von Militäreinsatz und Luftschlägen. Diese Tarnvokabeln wurden von Journalisten übernommen (Meyn 2001: 108; vgl. auch Spasovska 2001: 125f.). Iten (1995: 17f.) beschreibt andererseits, wie in der Kriegskommunikation Worte bewusst mit Hass und feindseligen Emotionen aufgeladen würden:

"Die extremen Auswüchse der Kriegskommunikation haben ihren Keim in den ersten feindlichen Äußerungen. Mit der Moralisierung und Kriminalisierung des Gegners wächst die Lust an der verbalen und brachialen Konfrontation. Wird eine solche einmal zugelassen, so nimmt sie einen fatalen Lauf und ist in vielen Fällen nicht mehr zu stoppen."

Die Verwendung solcher den Konflikt beschönigenden oder schürenden Formulierungen in Berichten und Live-Kommentaren von Journalisten ist ein Beweis für die gelungene Kommunikationstaktik seitens der Politik bzw. des Militärs. Deshalb fordert Meyn von den Medienmachern den Mut, "sich von verharmlosenden oder emotionalisierenden Vokabeln der Politiker und der Militärs zu trennen." (Meyn 2001: 112f.). Außerdem erfordert es der Ausnahmezustand in Krisenzeiten, in denen die Sorgfaltspflicht durch die eingeschränkten Recherchemöglichkeiten behindert wird, folgende Eingeständnisse offen gegenüber dem Publikum zu äußern:

- dass der Wahrheitsgehalt von Informationen nicht überprüft werden konnte,
- dass es sich um zensiertes Material handelt
- und dass die Quellenlage unsicher ist. (Meyn 2001: 112)

Richter resümiert:

"Lügen und Versuche, Ereignisse zu verbergen, werden im Krieg immer die Basis sein, auf der sich journalistische Arbeit abspielt und auf der sich Reporter bewegen. Sie müssen versuchen, unter harten Arbeitsbedingungen ihrer publizistischen Aufgabe, den Ansprüchen der Leser und den Anforderungen des Arbeitgebers nachzukommen."

(Richter 1999: 181)

Ludes schlägt deshalb vor, in Krisenzeiten Journalistenpools zu organisieren, ähnlich dem Roten Kreuz. Mit der Unterstützung der UNO könne so Desinformationskampagnen von Kriegsparteien besser entgegengewirkt werden. (Ludes 1991: 11; vgl. auch Richter 1999: 181) Auch

Krotz (2002: 20) favorisiert die Kooperation von Kriegskorrespondenten an der Front: "Die Allianzen öffentlich-rechtlicher und privater Medienkonzerne sind mächtig genug, um sich selbst Zugang zu Informationen zu verschaffen, mit denen sie die Behauptungen der Kriegsparteien überprüfen können." Schon in Friedenszeiten bedürfe es einer "kontinuierlichen Vernetzung unabhängiger Journalisten aus der ganzen Welt [...] eine auf kritische und sachkundige Berichterstattung bezogene internationale Kooperation" (Krotz 2002: 20). Bisher werden die Berichte ausländischer Minderheitenmedien, die oft auch im Internet zur Verfügung stehen, kaum von den deutschen Medien beachtet.

Anderen Autoren machen zudem folgende Vorschläge zur Sicherung der journalistischen Qualität und Glaubwürdigkeit (vgl. Kornelius 2002; Krotz 2002; Maddox 2002; Schröder 2002; Wabnitz 2002; Williams 2002):

- Jede Information muss mit doppelter Vorsicht und in dem Bewusstsein behandelt werden, dass sich manche Informationen nie überprüfen lassen werden.
- Recherche und Gegenrecherche sind unerlässlich: Informationen verschiedener Agenturen sowie Verlautbarungen der Kriegsparteien müssen ständig verglichen werden.
- Korrespondenten mit langjährigen Ortskenntnissen und Kontakten in den Gebieten sichern die Unabhängigkeit von Informationen der Kriegsparteien.
- Eine angemessen große Zahl von Reportern direkt vor Ort ermöglicht das Überprüfen der Nachrichtenlage durch eigene Recherche.

Besonderheiten des Kriegs gegen Afghanistan

Am 11. September 2001 und danach wurden in den wichtigsten deutschen Fernsehnachrichtensendungen rund 3.000 Beiträge gesendet, die im Zusammenhang mit den Terroranschlägen, der Internationalen Kooperation und einzelstaatlichen Maßnahmen gegen den Terror sowie tatsächlichen und möglichen Anschlägen mit ABC-Waffen standen (vgl. Abbildung 1.3). Mehr als die Hälfte dieser Beiträge beschäftigten sich direkt mit den Terroranschlägen und den Reaktionen der USA, ein Drittel mit der Internationalen Militärallianz, während einzelstaatliche Maßnahmen gegen den Terror sowie die Gefahr von ABC-Waffen in der Berichterstattung eine stark untergeordnete Rolle spielten.

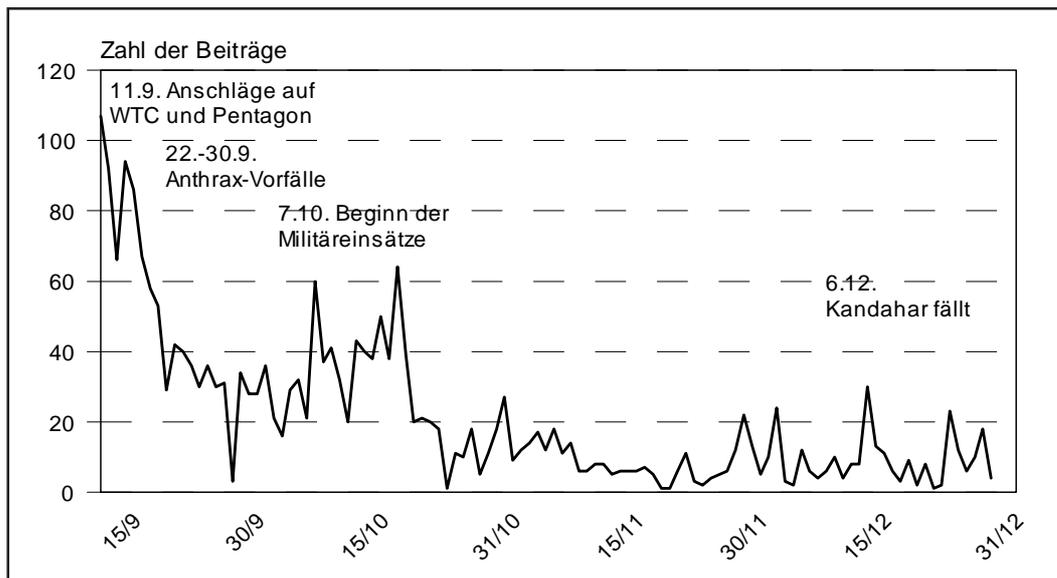
Abbildung 1.3 ²

Berichterstattung in den wichtigsten Hauptnachrichtensendungen
(Zahl der Beiträge)

	ARD	ZDF	RTL	Sat. 1	Pro 7	Gesamt
11.9.2001/ Reaktionen der USA	313	283	381	418	268	1.663 (54 %)
Internationale Kooperation	257	226	191	170	159	1.003 (33 %)
Staatliche Maßnahmen	87	52	44	58	16	257 (8 %)
ABC-Terror/ Milzbrand	18	27	44	48	29	166 (5 %)
Gesamt	675	588	660	694	472	3.089

Abbildung 1.4

Medienberichterstattung über die Terror-Anschläge



² Analysiert wurde die Berichterstattung im Rahmen der Sendungen Tagesschau, heute, RTL Aktuell, Sat. 1 18:30 und Pro7-Nachrichten. In der Kategorie "11.9.2001/Reaktionen der USA" wurden folgende Einzelaspekte zusammengefasst: Anschläge auf die USA, Reaktionen der USA auf die Anschläge, politisch motivierte Kriminalität und Terrorismus und in der Kategorie "Internationale Kooperation" die Variablen Auslandseinsätze der Bundeswehr (allgemein, bewaffnet, unbewaffnet), Krieg, Kriegsverbrechen, Luftkrieg, Landkrieg und Internationale Kooperation gegen den Terrorismus; zu den "staatlichen Maßnahmen" zählten andere staatliche Maßnahmen zur Bekämpfung des Terrorismus und des ABC-Terrors, zum ABC-Terror die Berichterstattung über tatsächliche, vorgetäuschte und mögliche Milzbrandfälle. Die Daten für die Analyse wurden freundlicherweise vom Medien Tenor, Institut für Medienanalyse, Bonn, zur Verfügung gestellt und berücksichtigen den Zeitraum vom 11.9.2001 bis 31.12.2001.

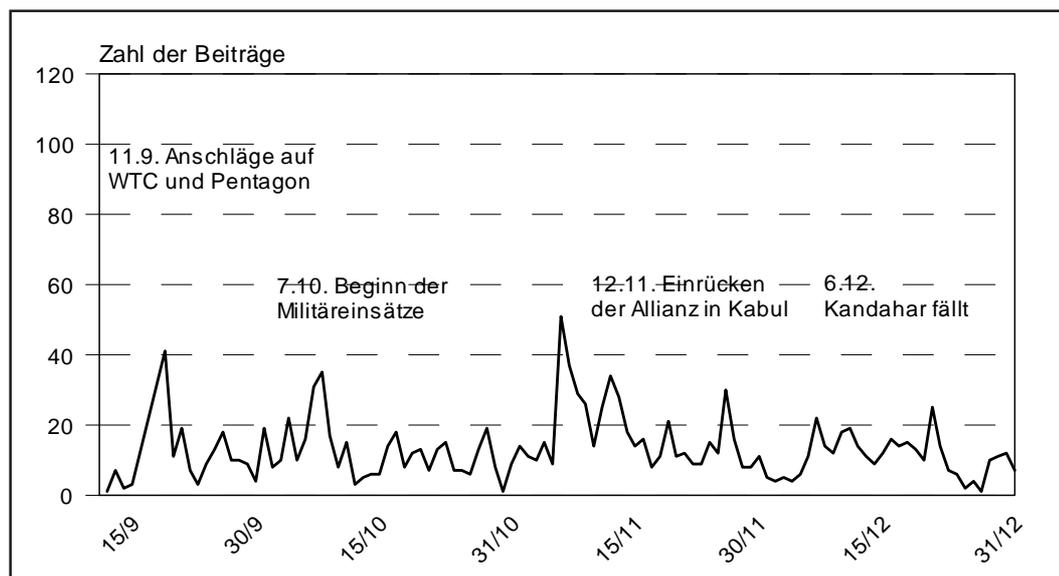
Der Verlauf der Berichterstattung war selbstverständlich stark durch die Chronologie der Ereignisse geprägt (vgl. Abbildung 1.4): Lange Zeit dominierte die Berichterstattung über die Terroranschläge; zu Beginn der Militäreinsätze überwog sie sogar deren Bedeutung, da im Zusammenhang mit den militärischen Operationen stets auf den Ursprung des Konflikts hingewiesen wurde. Erst nachdem weitere Bedrohungsmomente durch Terroristen, wie die tatsächlichen und vorgetäuschten Milzbrandfälle, die bis dahin sehr präsenten Ereignisse des 11. Septembers etwas in den Hintergrund gerückt hatten, gewann die Berichterstattung über militärische Erfolge an Bedeutung. Eine weitere denkbare Interpretation dieses Befundes wäre, dass die Berichterstattung über die militärische Operation bewusst erst ab einem Zeitpunkt forciert wurde, an dem sowohl militärische Erfolge als auch medienwirksame Bilder derselben zur Verfügung standen. Journalisten wie Kommunikationswissenschaftler vertreten in der Mehrzahl diesen zweiten Erklärungsansatz.

"Der ‚Krieg gegen den Terror‘ in Afghanistan stellt so etwas wie eine neue Qualität sowohl der Kriegsführung als auch der Berichterstattung über Kriegsführung dar. Selten gab es einen Krieg, über den so wenig authentisches, überprüfbares, nachvollziehbares Bildmaterial zur Verfügung stand. Dieser Krieg ist ein Krieg fast ohne Bilder. Es ist ein Krieg, der nicht vor den Augen der Öffentlichkeit geführt wird, es ist ein Krieg, den das Militär sozusagen fast unter Ausschluss der Öffentlichkeit geführt hat."

(Wabnitz 2002: 9)

Abbildung 1.5

Medienberichterstattung über den Militäreinsatz



Beispielhaft weist Krotz (2002: 18) darauf hin, dass es nach dem Protest der US-Regierung gegen die Ausstrahlung des ersten Bin-Laden-Videos auch im deutschen Fernsehen für längere Zeit keine Bewegtbilder mit dem gesuchten Top-Terroristen mehr gegeben habe. Stattdessen hätten alle Sender Bildmaterial der Amerikaner gezeigt, das belegen sollte, wie die USA die afghanische Bevölkerung aus der Luft mit Lebensmitteln versorgten. "Ob das wahr ist, entzieht sich der Nachprüfung, was aber nichts ausmacht: Der Film läuft über alle Sender: Endlich Bilder." Krotz folgert daraus, dass sich die Medien allem guten Willen und journalistischen Bemühen zum Trotz zum Instrument der Kriegsführung missbrauchen ließen, da eine ihrer wichtigsten Ressourcen knapp geworden war: Eigene bewegte Bilder.

Auch Müller (2002: 54) moniert, dass journalistische Eigenproduktionen durch Sekundär-Material ersetzt wurden: "Statt kompetenter Redakteure und erfahrener Korrespondenten wurden sogenannte Experten mit zum Teil zweifelhaftem Fachwissen vor die Kameras gezerrt, nicht selten befragt von gänzlich unbeleckten Moderatoren." Wolf (2002: 43) ergänzt, dass es nicht darum gehe, "dem Fernsehen abzuverlangen, es soll die Zuschauer mit Gewaltorgien versorgen." Der Krieg dürfe jedoch nicht als gewalt- und folgenlos dargestellt werden, denn sonst werde man ihn zusammen mit dem geschundenen Land bald wieder vergessen können.

"Die Trümmer von Pentagon und World Trade Center und die Feuerwehrleute in New York sind Teil unseres kollektiven Gedächtnisses. Aber auch die verhungernenden und fliehenden Afghanen gehören dazu, auch wenn es den Militärs gelingen sollte, die Bilder davon für einige Zeit zurückzuhalten."

(Krotz 2002: 20)

Zusammenfassung

"Fernsehen ist das, was man nicht sieht. Seit dem 11. September wird das immer klarer. Hinter dem kleinen Fenster des Sichtbaren, das es eröffnet, dehnt sich ein weites Feld des Nicht-Sichtbaren und des Unsichtbar-Gehaltenen. Der Krieg in Afghanistan fand, erstmalig in der TV-Geschichte, als Krieg ohne Bilder statt. Nicht einmal die noch den Golfkrieg prägenden High-Tech-Videos aus den Raketen-Kameraaugen kamen zum Einsatz. Die Kontrolle über die Bilder war total. Bei den bilderfeindlichen Taliban aus dem Inneren des Landes obnehin, aber

auch bei den USA. Hinter jeder Fernseh-Sekunde eine ordnende Hand. Wenn schon Bilder, dann nur propagandistische oder abstrakte. Martialische Posen von den Truppen der Nordallianz, traurige Flüchtlingskolonnen, aufblühende Explosionswolken von US-Raketen. Information, das waren die täglichen Pressekonferenzen der Taliban aus Islamabad und Rumsfelds aus Washington. Einigen Berichten zufolge hat das Pentagon die Satellitenbilder des privaten Unternehmens Ikonos aufgekauft, um nur ja keine Nahsicht zuzulassen."

(Wolf 2002: 42)

Die Berichterstattung über Kriegs- und Krisensituationen stellt die Journalisten sowohl im Berichts- als auch in ihrem Heimatland vor große Schwierigkeiten. Bei der Recherche sind sie oftmals auf die Unterstützung der kriegsführenden Parteien angewiesen, um authentische und aktuelle Bilder zu erhalten, dadurch aber begeben sie sich in Gefahr für Propaganda instrumentalisiert zu werden. Darüber hinaus befindet sich der Korrespondent in einem Abhängigkeitsverhältnis zu seiner Heimatredaktion, denn die Berichte, die er liefert, müssen deren Kriterien bei der Nachrichtenauswahl gerecht werden. Je nach Visualisierbarkeit der Krisensituation erhöhen sich die Chancen der Nachricht, Sendezeit und damit Aufmerksamkeit der Rezipienten zu erhalten, daher dominieren Kriegsbilder die Auslandsberichterstattung.

Zusammenfassung der Ergebnisse

1. Der Nachrichtenfaktor Visualität gewinnt in der Auslandsberichterstattung rasch an Bedeutung. Vor allem für die Fernsehberichterstattung hat sich die Verfügbarkeit und Qualität bewegten Bildmaterials in den letzten Jahren als wesentliches Kriterium der journalistischen Nachrichtenauswahl herausgebildet. In der Folge wird nur über solche Ereignisse und Schauplätze prominent berichtet, von denen Filmmaterial zur Verfügung steht.

2. Bei militärischen Konflikten haben die Journalisten häufig keinen Zugang zum umkämpften Gebiet und sind daher auf die Berichte und das Bildmaterial der Oberkommandos und Verteidigungsministerien angewiesen. Vor allem für ausländische Journalisten ist der Zugang zu Informationen stark eingeschränkt.

3. Der manipulative Einsatz von Bilddokumenten, die fehlende Möglichkeit zur Gegenrecherche von Informationen und die Übernahme von den Konflikt beschönigenden oder schürenden Formulierungen von sicherheitspolitischen Kommunikationsstrategen bergen große Gefahren für die Qualität des Journalismus. Aufgrund der begrenzten Möglichkeiten zur Recherche müssen die Journalisten ihr Publikum offensiv über die unsichere Quellenlage aufklären.

4. Zu Beginn des Afghanistan-Krieges gelang es den Kommunikationsstrategen in Washington über Wochen, im Zusammenhang mit den militärischen Operationen stets den Ursprung des Konflikts, die Terroranschläge am 11. September 2001, in den Vordergrund des Medien-Interesses zu rücken. In der Berichterstattung des deutschen Fernsehens überwog dieses Thema die Militäreinsätze beispielsweise deutlich an Bedeutung. Die Berichterstattung über die militärische Operation wurde bewusst erst ab dem Zeitpunkt forciert, an dem sowohl militärische Erfolge als auch medienwirksame Bilder von denselben zur Verfügung standen.

Zuschauerbefragung

Methode

Methodisches Design

Im Rahmen dieses Forschungsprojekts wurde eine Rezipientenbefragung mit dem Ziel durchgeführt, die Mediennutzung in Deutschland lebender und aufgrund ihrer Zugehörigkeit an den Vorfällen des 11. Septembers 2001 und dem Afghanistan-Krieg beteiligten Nationen bzw. Religionsgemeinschaften stark in den Konflikt involvierter Ausländer zu erheben und die Bewertung der Medienleistung in diesen Zusammenhang retrospektiv zu erfassen. Neben deutschen Fernsehzuschauern wurden gemäß der Fragestellung auch in Deutschland lebende Afghanen, Türken und US-Amerikaner in die Befragung miteinbezogen.

Insgesamt wurden neun Fokusgruppen-Diskussionen von jeweils rund zweieinhalbstündiger Dauer durchgeführt. Die Wahl dieser Methode scheint auch deshalb als besonderes angemessen, da frühere Forschungsbemühungen immer wieder gezeigt haben, dass sich Menschen im Zusammenhang mit großen nationalen und internationalen Katastrophen in der Regel auch noch nach langer Zeit präzise an Einzelheiten wie die Zeit und den Ort, an dem sie von den Ereignissen erfahren haben, sowie an ihre eigenen emotionalen Reaktionen und ihre Mediennutzung erinnern und diese in mündlichen Befragungssituationen auch reproduzieren können (vgl. Ruggiero / Glascock 2003: 66).

Im Einzelnen wurde im Rahmen der Fokusgruppengespräche auf folgende Aspekte eingegangen:

- Allgemeine Mediennutzung der Befragungsteilnehmer
- Rolle ausländischer Fernsehprogramme bei der allgemeinen Mediennutzung
- Mediennutzung am 11. September 2001 und in der darauffolgenden Zeit
- Erwartungen der Zuschauer an die Berichterstattung
- Bewertung der Berichterstattung zu den Terroranschlägen und zum Afghanistankrieg in deutschen und ausländischen Medien
- Funktion der Fernsehberichterstattung im Krisenfall

Die Gruppengespräche folgten einem Leitfaden, der einerseits alle relevanten Fragestellungen enthielt, zugleich aber einen sehr freien Gesprächsablauf ermöglichte³. Grundsätzlich ermöglichen Gruppendiskussionen die Exploration eines neuen Untersuchungsgegenstands, andererseits jedoch auch den Blick "hinter die Fassade", d.h. es werden nicht nur vordergründige Meinungen und Einstellungen erhoben, sondern es können Zusammenhänge erfragt und hinterfragt werden, wie es mit Hilfe stark strukturierter Befragungen nicht möglich ist (vgl. Hopf 1978; Gleich 1996; Schnell / Hill / Esser 1999: 355; De Cheveigné 1999; Metzger / Oehmichen 2000; Maier 2002). Selbstverständlich erlaubt diese Methode keine Schlüsse vom Verhalten und den Einstellungsstrukturen der befragten Personen auf die Verteilung dieser Merkmale in der "Grundgesamtheit" der Bevölkerung. Im Rahmen dieser Studie sollten die Einstellungen der in Deutschland lebenden Ausländer zur Berichterstattung über die Terroranschläge vom September 2001 und den nachfolgenden Afghanistankrieg jedoch zunächst exploriert werden, um Defizite und mögliche Ansatzpunkte für eine Verbesserung der Auslandsberichterstattung deutscher Medien aufzuzeigen.

Mit der Organisation und Durchführung der Diskussionsrunden war das Marktforschungsunternehmen *psyma GmbH*, Institut für psychologische Marktanalysen, Nürnberg, beauftragt.

Soziodemographische Merkmale der Befragten

Die Rekrutierung der Teilnehmer für die Gruppendiskussionen erfolgte mit Hilfe eines Rekrutierungsfragebogens, anhand dessen das Geschlecht, das Alter und die Schulbildung der Befragten kontrolliert wurde. Die ausländischen Teilnehmer der Befragung sollten darüber hinaus über ausreichende Deutschkenntnisse verfügen, um sich aktiv an den Diskussionen beteiligen zu können und zudem regelmäßig deutsche Fernsehprogramme nutzen. Bei der türkischen Zielgruppe wurde zusätzlich zwischen kemalistischen und eher traditionell-religiösen Personen⁴ unterschieden.

³ Der Leitfaden ist im Anhang I abgedruckt.

⁴ Der Rekrutierungsfragebogen ist im Anhang II abgedruckt.

⁵ Genauere Angaben zu den soziodemographischen Merkmalen der Befragten sind im Anhang III abgedruckt.

Um die Rekrutierung geeigneter Teilnehmer zu erleichtern, wurden die Gruppendiskussionen in verschiedenen deutschen Großstädten durchgeführt, in denen größere Bevölkerungsgruppen afghanischer, türkischer und US-amerikanischer Staatsbürgerschaft leben. So wurde die Befragung der deutschen Teilnehmer in Stuttgart, die der Afghanen in Hamburg, der Türken in Berlin und der US-Amerikaner in Nürnberg durchgeführt. Die Rekrutierung auf der Grundlage der explizierten Vorgaben erwies sich vor allem in den moslemischen Bevölkerungsgruppen als sehr schwierig, da diese Zielgruppe dem Thema "11. September" gegenüber äußerst sensibel und verschlossen reagierte. Hinzu kamen häufig mangelnde Deutschkenntnisse und das Gefühl von Überforderung und Inkompetenz.

Die insgesamt 76 rekrutierten Teilnehmer der Diskussionsrunden wurden in neun Gruppen aufgeteilt (vgl. Abbildung 2.1 im Anhang).⁵

Eingesetztes Anschauungsmaterial

Über den Fragebogen hinaus wurden den Testpersonen in der letzten halben Stunde der Diskussion ausgewählte Ausschnitte aus Fernsehsendungen vom oder zum 11. September 2001 vorgeführt. Durch diese Präsentation sollten bei den Befragten verschiedene Programme und journalistische Darstellungsformen in Erinnerung gerufen und im Anschluss exemplarisch diskutiert werden.

Alle gezeigten Ausschnitte von Fernsehsendungen beziehen sich entweder direkt auf den Terroranschlag vom 11. September 2001 oder auf seine Folgen und Hintergründe. Die Sequenzen stammen aus Sendungen, die direkt am Tag des Unglücks ausgestrahlt wurden, vom Tag danach und aus der Zeit einige Wochen später, kurz nach dem Angriff der USA auf Afghanistan. Die im Folgenden beschriebenen fünf Szenen wurden als geeignetes Stimulus-Material zusammengestellt und haben eine Gesamtlänge von 13 Minuten.

Der erste Ausschnitt stammt aus der RTL Sondersendung vom 11. September gegen 15.30 Uhr (3:37 Minuten). Die ersten Bilder vom World Trade Center werden gezeigt (CNN-Bilder) und von Peter Kloeppel kommentiert. Zu diesem Zeitpunkt ist seit dem Anschlag erst eine halbe Stunde vergangen und ständig werden neue Informationen - teilweise auch Gerüchte - bekannt, die dem Zuschauer mitgeteilt werden.

Am Ende der Sequenz werden Bilder von Präsident Bushs erster Ansprache nach dem Angriff gezeigt und Kloeppele übersetzt Teile der Rede ins Deutsche.

Der zweite Mitschnitt stammt vom Sender N24, der auch SAT.1 und ProSieben mit Beiträgen belieferte (2:55 Minuten). Die Sendung wurde am Nachmittag des 12. September ausgestrahlt und beschäftigt sich mit Reaktionen auf das Unglück.

In einem Nachrichtenfilm werden noch einmal Bilder aus Manhattan gezeigt, die Trümmer des World Trade Centers und ein Statement von Bürgermeister Giuliani. Es folgen Bilder von der Absturzstelle im Pentagon in Washington. Ein Sprecher aus dem Off fasst die Ereignisse des Vortages zusammen, stellt die derzeitige Lage dar und kommentiert die Bilder. Der nächste Teil ist ein Interview mit der Mutter eines Opfers, das kurz vor dem Absturz zu Hause anrief.

Die zweite Hälfte dieses Mitschnitts ist der Bericht des Chefkorrespondenten aus Berlin, der - im On - über die Reaktionen und die Anteilnahme in Deutschland berichtet und kurze Interviews mit Passanten führt. Während dieser Sequenz werden zwei Laufbänder eingeblen-det, eines direkt zum Thema und ein anderes zu allgemeinen Nachrichten.

Der dritte gezeigte Beitrag ist ein Ausschnitt aus der ARD Tagesthemen Sondersendung vom 11. September gegen 19.50 Uhr (3:14 Minuten). Es wird ein Ausschnitt aus einem Experteninterview von Ulrich Wickert mit Andreas Rieck vom Orient-Institut in Hamburg präsentiert. Der Experte vermutet, dass die islamische Internationale für den Terroranschlag verantwortlich sei und gibt Hinweise auf Bin Laden und Afghanistan. In diesem Zusammenhang bezieht er sich auf das Bombenattentat auf das World Trade Center von 1993, für das Bin Laden verantwortlich gemacht wird. Er berichtet außerdem von Ankündigungen, die Bin Laden und andere aus seinem Umfeld zu Terrorakten gemacht haben.

In einer vierten Sequenz wird ein Teil des ZDF Spezial vom 11. September gegen 16.30 Uhr verwendet (1:01 Minuten). Ein Korrespondent führt in New York ein Interview mit einer seiner Kolleginnen, die den Zusammensturz des World Trade Centers gerade live gesehen hat und in diesem Moment ins Studio zurückkehrt. Sie

schildert ihre Eindrücke und ihr Erleben des Angriffes und des Einsturzes, die soeben stattfanden.

Der letzte Abschnitt ist ein Teil einer Reportage des Deutschen Welle-TV Journals vom 26. Oktober, also rund sechs Wochen nach dem Anschlag (2:13 Minuten). Sie beginnt mit Bildern einer Kundgebung in Jerusalem wenige Tage nach der Ermordung des Ministers Seevi. Dann wird eine Verbindung zwischen Osama Bin Laden und dem Nahost-Konflikt hergestellt und es werden Ausschnitte aus seiner Reden präsentiert. Eine Expertin (Prof. Gudrun Krämer, Islamwissenschaftlerin an der FU Berlin) gibt anschließend ein Statement zu den Aussagen Bin Ladens und seiner Rolle im Nahost-Konflikt ab. Der Sprecher liefert noch einige Hintergrundinformationen, während Bilder vom Krieg in Nahost gezeigt werden. Es folgt ein Statement der Expertin zu Amerikas Position in diesem Konflikt nach dem 11. September, dazu wird eine Ansprache von Bush gezeigt. Zuletzt bezieht sich der Sprecher auf die aktuellen Angriffe Amerikas in Afghanistan und deren Zusammenhänge mit dem Konflikt in Nahost.

Ergebnisse der Gruppendiskussionen

Lebenssituation der ausländischen Befragten

Afghanen

Bei den befragten Männern handelte es sich zum Großteil um höher gebildete Afghanen, die überwiegend sehr lange, häufig mehr als 15 Jahre in Deutschland leben. Die jüngeren von ihnen (unter 30 Jahre) vermittelten durch ihr äußeres Erscheinungsbild - vor allem durch die Kleidung - und auch aufgrund ihrer Interessen einen sehr stark "westlichen" Eindruck.

Die Gruppe der afghanischen Frauen war zweigeteilt: Auch hier waren eher "westlich" wirkende Frauen vertreten. Darüber hinaus aber auch sehr traditionell anmutende Frauen, die mit Kopftuch bekleidet waren und in der Diskussion einen eher verschlossenen und passiven Eindruck machten.

Unabhängig von ihrem Alter, ihrem äußeren Erscheinungsbild, ihrer Bildung und der Frage, ob sie in Afghanistan oder in Deutschland geboren wurden, machten alle afghanischen Teilnehmer unmissverständlich deutlich, dass sie sich als Afghanen fühlen und sich voll mit ihrer Heimat, ihrer Kultur und ihrer Religion identifizieren. Dies zeigt sich z. B. in den folgenden Zitaten:

"Ich bin hier geboren. Aber meine Eltern sind Afghanen, daher bin ich es auch. Ich stehe dazu."

"Ich habe mich angepasst, lebe aber hier als Afghane weiter."

"Meine Eltern haben uns liberal erzogen. Ich musste mich früher nie an den Ramadan halten, aber ich mache es jetzt freiwillig. Das kommt von Herzen."

Das soziale Umfeld der befragten Afghanen besteht nur zu einem sehr geringen Teil aus Deutschen. Diese werden eher als Kollegen oder - bei den Studierenden - als Kommilitonen beschrieben und weniger als Freunde. Dies darf nicht zu dem Schluss führen, dass die an der Untersuchung teilnehmenden Afghanen den deutschen Bürgern generell mit Ablehnung gegenüberstehen. Durch den kulturellen und religiösen Hintergrund entsteht jedoch ein Gefühl der Fremdheit (vgl. Predelli 1995;

Yildiz 1999), und die Afghanen fühlen sich unter ihresgleichen und unter Menschen aus anderen muslimisch geprägten Nationen wohler.

"Ich habe hauptsächlich afghanische Freunde und nur deutsche Arbeitskollegen."

"Ich habe viele Freunde aus dem Iran, Irak und Palästina."

Die Afghanen zeigen sich dennoch relativ gut in die deutsche Gesellschaft integriert und brachten in den Gesprächen zum Ausdruck, dass sie sich in Deutschland grundsätzlich wohl fühlen. Dies begründen sie auch damit, dass sie sich ihrer weitaus besseren Lebensbedingungen und Berufschancen in Deutschland bewusst sind. Im Alltag werden sie dennoch immer wieder mit Vorbehalten gegenüber ihrer Herkunft konfrontiert. Vor allem unmittelbar nach den Ereignissen des 11. Septembers sei dies verstärkt der Fall gewesen. Da schon am Tag der Anschläge die Verbindung zwischen den Terroristen und Afghanistan hergestellt wurde, sahen sich einige Befragte sehr schnell mit Anfeindungen durch die deutschen Mitbürger konfrontiert.

"Viele haben mich gefragt, woher ich eigentlich komme. Man wollte mir eine Diskussion aufzwingen."

"Ich habe einen 630-Mark-Job als Kaufhausdetektiv gesucht. Die haben mich nicht genommen, weil ich aus Afghanistan bin. Wir Afghanen haben aber mit dem Krieg nichts zu tun."

Bezüglich ihrer weltpolitischen Einstellung ließ sich bei den Afghanen erwartungsgemäß eine sehr kritische Haltung gegenüber den USA feststellen. Dementsprechend zeigten sich die Befragten insgesamt weniger stark betroffen von den Ereignissen in New York und Washington D.C., sondern eher erbost über die als einseitig erlebten Schuldzuweisungen an das afghanische Volk, die sie in ihrem sozialen Umfeld und durch die Medien erfahren haben.

"Die Amerikaner sind selber schuld. Sie behandeln Moslems anders."

"Politik ist ein schmutziges Geschäft. Die USA regieren die Welt. Die Situation in Afghanistan berührt sie nicht wirklich, sie ist eher Mittel zum Zweck."

Türken

Bei den türkischen Muslimen, die an der Befragung teilnahmen, wurde eine Unterscheidung zwischen traditionell-religiösen und eher kemalistisch orientierten Türken vorgenommen (vgl. Kapitel 2.1.2).

Bezüglich ihrer Integration in Deutschland zeigen sich die kemalistischen Türken und die traditionell-religiösen Frauen zufriedener als die traditionell-religiösen Männer. Diese Unterschiede lassen sich gut erklären: Die kemalistischen und damit eher westlich-orientierten Türken unterscheiden sich durch ihr Erscheinungsbild und ihre Interessen weniger stark von den deutschen Bundesbürgern. Viele von ihnen leben in zwei Welten, wobei Berlin eher den jetzigen Lebensmittelpunkt bildet, während sie ihre Wurzeln in der Türkei haben, wohin sie in der Regel mindestens einmal im Jahr zurückkehren.

"Ich fühle mich in Deutschland wohl. Ich verreise aber dreimal im Jahr in die Türkei. Ich fühle mich in beiden Ländern wohl."

"In Berlin fühle ich mich wohl, bis auf das Wetter. Ich habe aber auch noch viele Freunde in der Türkei."

Einige Befragte fühlen sich jedoch weder in Deutschland noch in der Türkei zu Hause. Sie möchten zwar langfristig nicht unbedingt in Deutschland bleiben, können allerdings auch nicht in die Türkei zurück.

"Das hier ist meine zweite Heimat. Ich fühle mich weder hier noch dort wohl; das ist ein Problem meiner Generation."

Dass es zwischen den von uns befragten weiblichen und männlichen traditionell-religiösen Türken so große Unterschiede bezüglich ihrer Integration in Berlin gibt, mag zufällig und durch die kleine Stichprobe begründet sein. Allerdings liegt der Schluss nahe, dass die Männer z.B. durch die Arbeit regelmäßigeren und intensiveren Kontakt mit deutschen Bürgern und deshalb bessere Chancen haben, Freundschaften zu schließen. Gleichzeitig werden sie in ihrem Arbeitsumfeld jedoch auch häufig mit Skepsis behandelt oder gar mit Anfeindungen konfrontiert.

"Vor kurzem, nach dem 11. 9., ist was bei der Arbeit geschehen. Da sagte einer, ‚Du bist doch auch so einer, Du bist auch Moslem!‘ Eigentlich habe ich mich bisher als Deutscher gefühlt."

Die traditionellen Türkinnen vermittelten den Eindruck, in ihrem sozialen Umfeld vor allem mit Familienangehörigen und Landsleuten zu tun zu haben und sich so gut zurechtzufinden. Diese Lebenssituation ist jedoch nicht mit einer geglückten Integration in Deutschland gleichzusetzen. Tatsächlich leben viele der befragten Türken in einer Gemeinschaft mit ihresgleichen, ohne intensive Kontakte zu Deutschen, was in bestimmten Berliner Stadtvierteln mit großen türkischen Gemeinden relativ einfach möglich ist.

Wie groß der Grad der Integration ist, hängt auch sehr stark vom Alter und der sprachlichen Fertigkeit der einzelnen Personen ab. Abschließend ist jedoch festzuhalten, dass eine gute Integration der Türken - gemessen z.B. anhand ihres Sprachvermögens und der Häufigkeit von Kontakten mit Deutschen - nicht zwingend bedeutet, dass sie sich in Deutschland wohlfühlen.

Amerikaner

Zwischen den Teilnehmern der beiden mit US-Amerikanern durchgeführten Diskussionsrunden - jüngeren und älteren US-Bürgern - ließen sich zum Teil deutliche Unterschiede hinsichtlich der tatsächlichen Integration der einzelnen Personen in Deutschland und ihrem Wunsch nach Integration feststellen. Die älteren Teilnehmer der Befragung leben oft schon viele Jahre lang in Deutschland und fühlen sich mit Land und Leuten verbunden. Die jüngeren dagegen sind zum Teil selbst sehr häufig und in kurzen Abständen zwischen Deutschland und den USA hin- und hergependelt. Einige mussten aufgrund der privaten oder beruflichen Umstände der häufig deutsch-amerikanischen Elternhäuser ihre Heimat in den USA verlassen und fühlen sich heute hin- und hergeschoben.

Die älteren US-Amerikaner zeigten sich insgesamt sehr kritisch gegenüber der politischen Situation der USA. Sie leben häufig bereits mehr als 20 Jahre in Deutschland und fühlen sich hier sehr wohl. Es zeigte sich klar, dass es für Amerikaner wesentlich einfacher ist, in Deutschland akzeptiert und integriert zu werden, als für die muslimischen Teilnehmer der Befragung. Die meisten älteren Amerikaner haben einen deutschen Freundeskreis und nehmen am Gesellschaftsleben ebenso regen Anteil wie deutsche Mitbürger.

"Ich lebe seit 20 Jahren in Deutschland, habe vier Kinder und meine Hobby ist Musik. Ich gehe auch viel in Konzerte."

Bei den jüngeren Amerikanern ergab sich ein völlig anderes Bild. Viele von ihnen leben erst seit wenigen Jahren in Deutschland und sind häufiger mit ihren Eltern oder aufgrund einer Armee-Standortverlegung nach Deutschland gekommen als aus eigenen Willen.

"Ich habe seit 1990 abwechselnd in den USA und in Deutschland gelebt."

Diese Gruppe machte kein Hehl daraus, dass sie lieber wieder in Amerika leben würde, dies jedoch aus verschiedenen Gründen zur Zeit nicht möglich ist. Dementsprechend zeigten sich diese Amerikaner extrem patriotisch und sahen die USA politisch klar als "Weltpolizist" und George Bush als ihren "Helden".

Mediennutzung der ausländischen Befragten

Afghanen

Die Afghanen können - außer Al Jazeera - in Deutschland kein Fernsehen aus ihrer Heimat empfangen und sind daher auf die Informationen deutscher oder anderer ausländischer Sender angewiesen. Der Berichterstattung der deutschen Fernsehanbieter stehen sie deutlich positiver gegenüber als der US-amerikanischer Sender, wenngleich sie eine zu große Abhängigkeit und Treue der deutschen Medien gegenüber dem "großen Bruder" Amerika bemängeln. Aufgrund der starken internationalen Ausrichtung des amerikanischen Senders CNN nutzen sie diesen dennoch sehr intensiv (vgl. Abbildung 2.3 im Anhang).

"Amerikanische Sender bringen eher Emotionen - Deutschland macht so etwas nicht. Die Deutschen bringen mehr Informationen."

*"Die deutschen Nachrichten sind besser als die amerikanischen.
Ich gucke mir die amerikanischen nicht so oft an, weil
die nicht das berichten, was ich hören will."*

"Ich schaue CNN. Ich empfinde CNN als die beste Informationsquelle."

Neben Informationen aus unterschiedlichen Medien spielt für die in Deutschland lebenden Afghanen die interpersonale Kommunikation, der Informationsaustausch mit Landsleuten, eine sehr wichtige Rolle, wenn es darum geht, sich ein Bild über aktuelle Entwicklungen in ihrem Heimatland zu machen. Die afghanische "Gemeinde" - zumindest die in Hamburg - ist relativ geschlossen, man kennt sich und tauscht sich

intensiv untereinander aus. Dabei halten die Probanden die Informationen, die sie von Landsleuten erhalten, in der Regel für glaubwürdiger als Medienberichte.

"Man unterhält sich über Afghanistan, so von Mund zu Mund."

"Meine Eltern sind eher altmodisch. Am Hamburger Hafen arbeiten viele Afghanen, von denen unsere Eltern Informationen erfahren."

"Ich beziehe meine Informationen von Afghanen in Deutschland oder aus den USA."

In Bezug auf die Nutzung deutscher Fernsehsender wurde eine Präferenz für öffentlich-rechtliche Sender erkennbar. In diesen werde, so die Afghanen, zum einen sachlicher, zum anderen ausführlicher über internationale Politik informiert. Die Präferenz für öffentlich-rechtliches Fernsehen bei den afghanischen Probanden mag zudem durch das relativ hohe Bildungsniveau der befragten Personen begründet sein.

Türken

Weiß / Trebbe (2001) haben die Mediennutzung in Deutschland lebender Türken auf der Grundlage von repräsentativem Datenmaterial untersucht. Dabei zeigte sich, dass, ähnlich wie bei der deutschen Bevölke-

Abbildung 2.4

Mediennutzung in Deutschland lebender Türken 2001
(Nutzung in Prozent)

	Weitester Nutzerkreis (N=1.761)
Deutschsprachiges Fernsehen	85
Türkischsprachiges Fernsehen	77
Deutschsprachiges Radio	49
Türkischsprachiges Radio	23
Deutschsprachige Tageszeitung	51
Türkischsprachige Tageszeitung	53

nung, das Fernsehen das am häufigsten genutzte Medium ist (vgl. Abbildung 2.4): 85 Prozent der in Deutschland lebenden Türken sehen deutsche Fernsehprogramme, 77 Prozent empfangen auch Programme in ihrer Heimatsprache. Deutsch- und türkischsprachige Tageszeitungen sowie deutsche Radioprogramme nutzen jeweils rund die Hälfte der Türken, nur jeder Vierte hört türkischsprachiges Radio. Wie bei der Inspektion dieser Daten zu vermuten, nutzen die Hälfte der in Deutschland lebenden Türken sowohl deutsch- als auch türkischsprachige Medien, 28 Prozent nutzen nur deutsche und 17 ausschließlich türkische Angebote (Weiß / Trebbe 2001: 30).

Im Rahmen unserer Gruppendiskussionen zeigte sich, dass Türken deutsches Fernsehen als sachlich, informativ und umfassende Informationen bietend erleben. Türkisches Fernsehen ist nach ihrer Einschätzung emotionaler, dramatisierender und zum Teil stark glaubensgeprägt. Dies geht nach Auffassung der Probanden teilweise zu Lasten der Objektivität der Berichterstattung.

Weiß / Trebbe (2001: 32) stellten fest, dass RTL von den in Deutschland lebenden Türken am häufigsten genutzt wird, gefolgt von ProSieben und SAT.1. Die öffentlich-rechtlichen Programme ARD/Das Erste und ZDF kamen in dieser Rangliste erst auf dem vierten und sechsten Platz.

In unsere Befragung zeigte sich - parallel zu den einschlägigen Befunden für die deutsche Bevölkerung - dass diejenigen Personen, die eine objek-

Abbildung 2.5

Lieblingsprogramme der in Deutschland lebenden Türken
(Nutzung in Prozent)

Deutschsprachige Programme		Türkischsprachige Programme	
RTL	54	TRT-INT	34
ProSieben	41	ATV	30
SAT.1	31	Show	30
ARD/Das Erste	24	Kanal D	26
RTL 2	22	Interstar	14
ZDF	18	TGRT	13
N=1.761			

Quelle: Weiß / Trebbe 2001: 32

tiv-sachliche Berichterstattung präferieren, vor allem den öffentlich-rechtlichen Sendern in Deutschland vertrauen. Diejenigen Probanden, die eine emotionalere und stärker auf Sensationen abzielende Berichterstattung vorziehen, fühlen sich im deutschen Fernsehen eher bei den privaten Senderangeboten zu Hause. Generell ist das sachliche deutsche Nachrichten- und Informationsangebot für viele jedoch ein willkommener Kontrast zum Angebot der in Deutschland empfangbaren türkischen Sender.

"Es wird in den türkischen Sendern oft dramatisiert, indem viel Gefühl und Wiederholungen einbezogen werden, mit Musik unterlegt wird und weinende Frauen gezeigt werden. In Deutschland ist das sachlicher."

"Die Sensationsberichterstattung ist in der Türkei ausgeprägter als hier."

"Manchmal spielt in den türkischen Medien der Glaube eine größere Rolle."

Eine eindeutige Präferenz für private oder öffentlich-rechtliche Sender konnte bei den im Rahmen dieser Studie befragten türkischen Staatsbürgern nicht festgestellt werden. Wenn frühere Forschungsergebnisse -

Abbildung 2.6

Angebotspräferenzen der türkischen Fernsehzuschauer
(in Prozent)

	Türkischsprachiges Fernsehen		Deutschsprachiges Fernsehen	
	Rang	Anteil	Rang	Anteil
Angebotspräferenzen				
Nachrichten	1	69	2	57
Türkische Kino- und Fernsehspielfilme	2	64	-	-
Türkische Unterhaltungsserien	3	55	-	-
Musiksendungen	4	52	4	44
Kino- und Fernsehspielfilme	5	48	1	69
Fernsehshows, Quizsendungen	6	47	6	40
Sportsendungen	7	42	5	44
Actionfilme, Krimis	8	40	3	56
Magazine, Dokumentationen	9	4	10	27
Comedy-Sendungen	10	38	7	40
Talk-Shows	11	37	9	32
Unterhaltungsserien	12	31	8	34
	N=1.023		N=1.236	

Quelle: Weiß / Trebbe 2001: 34

wie die von Weiß / Trebbe (2001) - gezeigt haben, dass in Deutschland lebende Türken generell die privaten Sender klar den öffentlich-rechtlichen vorziehen, scheint dies speziell für den Bereich Nachrichten und Information - der im Zusammenhang mit dem 11. September 2001 im Vordergrund des Interesses steht - weniger der Fall zu sein. Dies stimmt auch insofern mit den Befunden von Weiß / Trebbe (2001: 34) überein, als sie nachweisen konnten, dass die in Deutschland lebenden Türken Informationen eher im türkischsprachigen Programm nachfragten, während ihnen im deutschen Fernsehen Kino- und Fernsehspielfilme wichtiger waren (vgl. Abbildung 2.6). Allerdings muss berücksichtigt werden, dass unsere Befunde sicherlich auch durch ein "sozial erwünschtes" Antwortverhalten verzerrt werden. In Gesprächsrunden kommt es typischerweise häufig zu einem "overreporting" der Nutzung von ARD und ZDF, da den Befragten das bessere Image der öffentlich-rechtlichen Programme im Informationsbereich bewusst ist.

Amerikaner

Die jüngeren, "patriotischeren" Amerikaner stehen dem deutschen Fernsehen (v.a. den öffentlich-rechtlichen Sendern) sehr kritisch gegenüber. Sie sind der Meinung, dass in den Programmen häufig ein falsches Bild von ihrem Heimatland gezeigt wird und die Sichtweisen der Amerikaner vernachlässigt werden. Deshalb nutzen Sie in Deutschland vor allem die amerikanischen Fernsehsender CNN und AFN.

"Die amerikanische Berichterstattung ist schneller und professioneller. ARD und ZDF sind fast wie Beamte."

"Die Deutschen sind professionell, das ist kein Thema. Die zeigen aber ein falsches Bild von den Amerikanern."

In einem starken Kontrast zu dieser Bewertung des deutschen Fernsehens durch die jüngeren amerikanischen Teilnehmer der Untersuchung, steht die Einschätzung der älteren Amerikaner: Diese loben die deutschen Medien - allen voran die öffentlich-rechtlichen Sender - und stehen der emotionalen, "lauten" amerikanischen Berichterstattung eher kritisch gegenüber. Sie nutzen die Berichterstattung deutscher und amerikanischer Sendern nahezu gleichgewichtig. Bezüglich der Seriosität der Berichterstattung vertrauen sie eher den deutschen Sendern, die amerikanischen bieten ihnen aber naturgemäß mehr Informationen über ihr Heimatland.

*"Die Amerikaner sind emotionaler. Die Deutschen sachlicher.
CNN und AFN sind dramatischer."*

*"Die USA schauen immer nach innen. Es gibt kaum Berichte über
das Ausland. Der Rest der Welt interessiert die Amerikaner nicht."*

Zusammenfassung

Insgesamt zeigte sich bei der Analyse der Gruppengespräche, dass die grundsätzliche individuelle Einstellung zu den Fernsehprogrammen das entscheidende Kriterium bei der Beurteilung der Auslandsberichterstattung ist. Eine differenzierte Analyse der Leistung bei der Krisenberichterstattung wird durch zum Teil sehr stark verfestigte Einstellungsstrukturen und Abneigungen behindert.

Grundsätzlich zeigen sich bei den in Deutschland lebenden Ausländern über alle Gruppen und Nationalitäten hinweg ähnliche Verhaltensmuster bei der Mediennutzung, wie sie auch bei deutschen Rezipienten zu beobachten sind. Das Fernsehen spielt nicht nur als Unterhaltungsmedium, sondern auch im Bereich der Information für die Mehrheit der Befragten die wichtigste Rolle. Bezüglich der Sendernutzung (vgl. Abbildung 2.3) zeigen sich auch in diesen Bevölkerungsgruppen konkurrierende Vorlieben einerseits für die öffentlich-rechtlichen und andererseits für die privaten Fernsehprogramme. Auch hier geht mit einer höheren Bildung eine häufigere Nutzung von Informations- und Nachrichtensendungen der öffentlich-rechtlichen Sender einher.

Je nachdem, wie intensiv sich die Rezipienten informieren möchten und wie viele Hintergrundinformationen sie nachfragen, nutzen sie zusätzlich zum Fernsehen auch verschiedene andere deutsche Medien - vorrangig Tageszeitungen und Hörfunk, vereinzelt auch das Internet.

Bezüglich der Nutzung internationaler Medien, v.a. ausländischer Fernsehsender, unterscheiden sich die Amerikaner, Türken und Afghanen selbstverständlich deutlich von den deutschen Befragten. Zwar sehen auch viele Deutsche ausländische Sender wie CNN, jedoch in weitaus geringerem Maße als die ausländischen Befragten dies tun. Für Letztere ist es wichtig, zwei Sichtweisen geboten zu bekommen und diese miteinander vergleichen zu können - denn sie leben ja auch in zwei Welten.

Erwartungen an die Berichterstattung im Krisenfall

Auf die Frage, welche Erwartungen die Rezipienten an die Medienberichterstattung in Krisensituationen haben, waren sich die Teilnehmer unserer Untersuchung weitgehend einig: In erster Linie sollen die Medien - nach Ansicht der Rezipienten - in solchen Situationen eine sachliche Berichterstattung bieten und sich nicht zu Spekulationen hinreißen lassen. Mit Blick auf die Berichterstattung nach dem 11. September 2001 kritisierten viele der Befragten die Fernsehveranstalter, die - in Ermangelung faktischen Wissens - schon bald nach der Katastrophe Mutmaßungen über die Herkunft und mögliche Motive der Attentäter angestellt hatten. Die Zuschauer erwarten hingegen eine Berichterstattung, die auf Tatsachenwissen basiert. Berichte, die die Emotionen oder gar die Ängste der Zuschauer schüren, seien - so äußerten sich nahezu alle Teilnehmer - völlig fehl am Platz.

"Es muss sachlich berichtet werden, ohne Emotionen."

"Ich möchte nur die Fakten, reine Tatsachen."

Eine Ausnahme in dieser Einschätzung stellen wiederum die jüngeren der befragten Amerikaner dar, sie favorisierten eine emotionalere Berichterstattung:

*"Die Moderatoren sollen eher Emotionen haben.
Die Deutschen berichten, als ob es ihnen egal wäre."*

"Schlimm: Tatsachen ohne Emotionen."

*"Eine ausgewogene Mischung von Berichterstattung mit Tatsachen,
wichtigen Informationen und Emotionen."*

"Die deutschen Medien haben keinen Standpunkt."

Insgesamt wünschten sich die Teilnehmer jedoch eine neutrale und unparteiische Art der Berichterstattung. Man erhofft sich von den deutschen Medien, dass sie die Interessen aller Beteiligten objektiv darstellen. Es ist festzuhalten, dass die Mehrzahl der Teilnehmer an der Befragung von den deutschen Medien offensichtlich eine seriöse Berichterstattung erwarten, die durch Neutralität, Objektivität und Fakten gekennzeichnet ist.

"Sie sollten beide Seiten zeigen."

"Man sollte auch andere Perspektiven betrachten."

*"In so einem Interessenskonflikt ist es wichtig,
alle Interessen unparteiisch darzustellen."*

Doch auch hier unterscheiden sich die Einschätzungen der jüngeren US-amerikanischen Befragten vom Gros der Befragten: Sie beurteilten eine von den anderen Befragten als unparteiisch wahrgenommene Berichterstattung als anti-amerikanisch und pro-afghanisch und erwarteten von den deutschen Medien eine klare Loyalitätserklärung gegenüber den USA.

Spiegelbildlich zu dieser Auffassung der jungen Amerikaner bemängelten einige der afghanischen männlichen Probanden, dass die deutsche Berichterstattung zu parteiergreifend und aus ihrer Sicht zu pro-amerikanisch sei.

Als weiteres Ergebnis zeigte sich, dass sich alle Teilzielgruppen eine Art "Präventivfunktion" von deutschen Medien wünschen. Man erwartet, dass sie den Bürger frühzeitig über potenzielle Konflikte informieren. Diese "Aufklärungsarbeit" sollte dabei in den Hauptprogrammen erfolgen und nicht nur in Spartensendern oder Fachzeitschriften. An dieser Stelle unterscheiden sich ausländische Mediennutzer aufgrund ihrer persönlichen Betroffenheit sicherlich von der deutschen Bevölkerung, bei der die Auslandsberichterstattung z.B. im Rahmen der ARD-Sendung Weltspiegel in der Regel noch nicht einmal einen Marktanteil von sieben Prozent erreicht.

"Die Berichterstattung sollte vorsorgend sein. Man sollte schon früher darauf hinweisen, dass so was passieren könnte."

"Die deutschen Medien sollen rechtzeitig Bericht erstatten, am besten schon im Vorfeld, und auf eventuelle Ereignisse vorbereiten."

Persönliche Betroffenheit der Probanden

Grundsätzlich rufen Krisen bei Menschen Stress hervor: Sie zerstören die gewohnten Erwartungsrahmen und erzeugen Angst. Hinzu kommt ein Gefühl der Unsicherheit bezüglich der Ursachen, Hintergründe und Konsequenzen der Ereignisse (vgl. Brown et al. 2003; Hoffner et al. 2003; Seeger et al. 2003; Snyder / Park 2003). Als eine Folge versuchen die Betroffenen, sich in dieser Situation mit Hilfe von Medieninformationen zu orientieren:

"Crisis, then, can be expected to prompt intense searches for information particularly when the event is seen as novel, severe, and when the consequences are more direct or personal. These searches usually involve media channels"

(Seeger 2003: 53).

Brosius (1995) hat in diesem Zusammenhang gezeigt, dass Fernsehzuschauer Nachrichten über solche außergewöhnlichen Ereignisse wesentlich aufmerksamer verfolgen als sie dies normalerweise tun.

Um einen Einblick in die Einstellungsstrukturen und Weltanschauungen der Teilnehmer zu erhalten und vor deren Hintergrund ihre Angaben zur Mediennutzung nach dem 11. September 2001 interpretieren zu können, wurde im Rahmen der Gruppendiskussionen auch auf die persönlich-emotionale Betroffenheit der Probanden von den Terroranschlägen eingegangen.

Im Allgemeinen berichteten alle Probanden unabhängig von ihrer Nationalität von ähnlichen ersten Reaktionen auf die Nachricht von den Anschlägen in New York und Washington: Schock, Entsetzen, Ungläubigkeit und Fassungslosigkeit.

"Als ich die Bilder sah, dachte ich mir nur ‚mein Gott!‘."

"Ich habe es einfach nicht glauben können."

"Ich war einfach nur fassungslos."

"Für mich war das ein Schock."

"Ich war entsetzt und konnte das gar nicht wahrnehmen."

"Schock, einfach nur Schock."

Wie auch die Befragten in der Studie von Roeser / Schaefer (2003) berichteten viele unserer Probanden:

"Es war wie im Film 'Independence Day'."

Zeitgleich stellte sich bei den Teilnehmern ein Gefühl der Bestürzung, der Trauer und der Anteilnahme ein. Lediglich wenige türkische und afghanische Männer konnten diese Emotionen nicht teilen. Zwar spürten sie keine Freude über die Ereignisse, aber auch kein Gefühl der Traurigkeit oder der Bestürzung.

"Ich war mit zwei Freunden im Auto unterwegs als die Nachricht kam. Der eine hat sich gefreut, der andere war bestürzt, und ich war so zwischendrin."

"Ich habe mir gedacht, Amerika ist selber schuld."

Die US-Amerikaner berichten retrospektiv von einer Angst um die eigene Existenz, die Heimat und die Familie sowie ein Gefühl der Machtlosigkeit.

"Ich war hier und habe mir gedacht: ‚Es betrifft die Flugzeuge! Kommst Du jemals wieder nach Hause? Das war das erste Mal so richtig existenziell.“

"Ich musste an meinen Cousin denken, der in der Nähe vom Pentagon arbeitet. Ich habe sofort versucht, ihn anzurufen."

Von ähnlichen Gefühlen berichteten auch in den USA befragte Amerikaner: Zwei Drittel der Befragten nannten Ungläubigkeit und Überraschung als erste Reaktionen auf die Nachricht. Rund die Hälfte sagten, sie hätten viel geweint, seien nervös oder angespannt gewesen und hätten sich wie betäubt und benommen gefühlt. Rund 20 Prozent klagten über andauernde Schlaf- und Appetitlosigkeit (vgl. Greenberg / Hofschire / Lachlan 2003: 9; Hoffner et al. 2003).

Zudem stellte sich bei den jungen US-Amerikanern sehr bald ein Gefühl der Wut, sogar des Hasses gegen die Attentäter ein, das bis zum Zeitpunkt der Befragung im Februar 2002 andauerte.

"Erst war ich schockiert, und dann spürte ich nur noch Hass gegen diese bösen Menschen. Den spüre ich immer noch, wenn ich die Bilder sehe."

Bei den deutschen und den afghanischen Befragten stellte sich hingegen sehr schnell eine Furcht vor Krieg ein, die bei Letzteren aufgrund der größeren persönlichen Betroffenheit noch wesentlich stärker und emotionaler war.

*"Ich hatte Angst, richtige Angst, vor allem für uns Afghanen.
Das bedeutet für Afghanistan Krieg."*

*"Ich habe mir gedacht, wir haben nie mehr ein ruhiges Leben.
Das wird jetzt der Dritte Weltkrieg."*

Mediennutzung am 11. September 2001

Der Zugang zu Informationen durch die Massenmedien - vor allem durch das Fernsehen - spielt auch bei der weiteren emotionalen und kognitiven Verarbeitung der Ereignisse eine große Rolle: Einerseits verstärkt die Nutzung von Medienberichten über Katastrophen zusätzlich die emotionalen Reaktionen der Betroffenen - typischerweise Schock, Angst und Aufregung (vgl. Step / Finucane / Horvath 2003). Andererseits ruft die Medienberichterstattung zusätzlich starke Gefühle hervor: "Especially visual television images create a sense of drama that attracts and holds attention" (Hoffner et al. 2003: 230). Medien geben dem Publikum das Gefühl, "live" an den Ereignissen teilzuhaben und fördern so die Identifikation und die Involvierung der Zuschauer. Die Intensität medialen Erlebens scheint "persönlichen" Erlebnissen nicht nachzustehen: "People experience deep emotional responses to mediated traumatic events. Individuals' involvement with disaster stories reflects the universality of loss and their shared emotional experience as humans" (Step / Finucane / Horvath 2003: 261).

Dabei wirken Fernsehbilder so überzeugend wie kein anderes Medium:

"Seeing the terrorists attacks and pictures of the terrorists provided a persuasive argument that foreign Islamic extremists carried out these attacks. Other information sources did not produce that persuasive effect. Although television news provides less information than other news sources, the visual information seems to have been more persuasive than the nonvisual information."

(Brown 2003: 258)

Hinsichtlich der Frage, wie die amerikanische Bevölkerung von den Anschlägen erfahren hat, liegen leicht voneinander abweichende

Untersuchungsergebnisse vor (vgl. Greenberg / Hofschire / Lachlan 2003; Hoffner et al. 2003). Deutlich wird jedoch, dass die Fernsehberichterstattung und die interpersonale Kommunikation ähnlich wichtig waren⁶. Diese Befunde decken sich mit früheren Forschungsergebnissen zur Bedeutung des Fernsehens und der interpersonalen Kommunikation. Aufgrund seiner großen Verbreitung und Unmittelbarkeit kommt dem Fernsehen schon seit den 1970er Jahren eine besondere Bedeutung bei der Berichterstattung über wichtige Ereignisse zu (vgl. Rosengren 1987; Greenberg / Hofschire / Lachlan 2003). Am 11. September 2001 sahen über die Hälfte der US-Amerikaner mehr als sieben Stunden fern. Doch auch die interpersonale Kommunikation spielt für das individuelle Informationsverhalten in Krisenfällen eine besondere Rolle - parallel zur Nutzung von Massenmedien befriedigt sie ureigenste Kommunikationsbedürfnisse der Menschen: "In crisis, we try to inform others about what is happening or just want to talk with someone" (Greenberg / Hofschire / Lachlan 2003: 4; vgl. auch Gantz / Greenberg 1993; Roeser / Schafer 2003). Am 11. September 2001 sprachen in den USA rund zwei Drittel der Bevölkerung mit Freunden, Bekannten und Kollegen. Dabei verbreitete sich die Nachricht von den Terroranschlägen rasend schnell: Nach 15 Minuten wussten 22 Prozent der Amerikaner Bescheid, nach einer halben Stunde bereits 82 Prozent und nach zwei Stunden 94 Prozent (vgl. auch Hoffner et al. 2003). Ruggiero / Glacock (2003: 69) haben bestätigt, dass das Fernsehen als Informationsquelle über die Terroranschläge auch langfristig allen anderen Medien überlegen war. Im Laufe einer Woche nach dem 11. September 2001 gewannen Tageszeitungen und das Internet zwar an Bedeutung für die Informationssuche der Individuen, die Reichweite dieser Medien reichte mit unter 15 Prozent jedoch nicht an das Fernsehen heran, das auch in der Folge der Attentate zwischen 60 und 90 Prozent der Befragten nutzten (vgl. auch Spirek / Fitzpatrick / Bridges 2003). Für Deutschland berichten Emmer et al. (2002) 45 Prozent der Deutschen hätten das Fernsehen als wichtigste Informationsquelle genutzt, 28 Prozent das Radio, 23 Prozent die interpersonale Kommunikation und lediglich 2 Prozent das Internet.

⁶ Greenberg / Hofschire / Lachlan (2003: 8) kommen zu dem Ergebnis, 50 Prozent der US-Bürger hätten durch interpersonale Kommunikation von den Anschlägen erfahren, 33 Prozent im Fernsehen und 15 Prozent im Radio. Zu ähnlichen Ergebnissen kommen Hoffner et al. (2003). Stempel / Hargrove (2003) konstatieren hingegen eine größere Bedeutung des Fernsehens (49 Prozent) gegenüber der interpersonalen Kommunikation (30 Prozent).

Von den Terroranschlägen haben die meisten Teilnehmer unserer Gruppendiskussionen unabhängig von ihrer Nationalität durch das Radio oder das Fernsehen erfahren. Diejenigen, die im Auto unterwegs oder bei der Arbeit waren, nutzten das Radio; diejenigen, die zu Hause waren, schalteten sofort den Fernseher ein. Häufig wurden die ersten Informationen auch über das Handy weitergegeben - vor allem die türkischen Befragten erinnerten sich gut daran, viel mit Freunden und Verwandten telefoniert zu haben.

Nahezu alle Befragten gaben an, sehr schnell und unmittelbar von den Terroranschlägen erfahren und am Bildschirm live gesehen zu haben, wie die beiden Türme des World Trade Centers in sich zusammenfielen. Gerade dieses "dabei sein" löste bei den Rezipienten eine starke emotionale Involvierung aus. Durch die Ereignisse des 11. Septembers 2001 verstärkte sich für viele Rezipienten die Bedeutung des Fernsehens bei der Informationsvermittlung. Der Dramatik der Bilder konnte sich so gut wie keiner entziehen. Diese Bilder sind auch Monate später noch sehr präsent. Sie dominieren den Eindruck über die gesamte Berichterstattung nachhaltig und werden von den Probanden am besten erinnert.

Auch Roeser / Schaefer (2003: 91) berichten über die große Bedeutung, die die Fernsehbilder bei der Interpretation der Ereignisse spielten:

"The drama of the event was fully conveyed only through a visual context, through the TV pictures. For example, one male trainee described what he imagined when he heard the radio news; a very small plane crashing into the World Trade Center, and he continued describing how he was completely stunned when he watched the actual pictures later on television. The meaning of the event only became really clear through a visual context."

Ebenso betonen Emmer et al. (2002: 177f.) die herausragende Bedeutung der bewegten Bilder für die starke Involvierung der Deutschen in die Ereignisse des 11. Septembers 2001:

"In der Extremsituation haben die Deutschen auf das Fernsehen gesetzt, gerade auch, weil es Bilder von diesem Extremerlebnis gab. Das Medienereignis 11. September lebte zweifellos von der Kraft der dramatischen Bilder. Andere Ereignisse treten auch deshalb hinter den 11. September zurück, weil es von ihnen keine vergleichbaren Bilder gibt oder den Bildern nicht zu trauen ist"

(Emmer et al. 2002: 176).

In den ersten Tagen nach den Anschlägen nutzten die Befragten sehr viel häufiger als sonst die Medien und vor allem das Fernsehen, um die weitere Entwicklung zu verfolgen (vgl. auch Roeser / Schafer 2003). Lediglich Probanden, die Kinder zu betreuen hatten, vermieden in deren Gegenwart das Fernsehen (vgl. auch Smith et al. 2003).

Das Internet spielte - auch im internationalen Vergleich - für das Informationsverhalten nach dem 11. September 2001 eine relativ geringe Rolle. In den USA sahen nur ein bis zwei Prozent der Befragten das Internet als wichtigste Informationsquelle an (vgl. Greenberg / Hofschire / Lachlan 2003: 8; Jones / Rainie 2003: 33). Am häufigsten wurden dabei die Homepages von Fernsehsendern und Printmedien genutzt - in Deutschland erlebten die Internetauftritte des Spiegels (+ 87 Prozent) und der Rhein-Zeitung (+85 Prozent) den größten Besucheransturm - oder via e-Mail Kontakt mit Personen aufgenommen, die telefonisch nicht zu erreichen waren. Roeser / Schaefer (2003) sehen in der im Vergleich zum Medium Fernsehen als geringer wahrgenommenen Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit des Internets einen Grund für seine geringere Bedeutung bei der Informationssuche über diese internationale Krise:

"In our groups, many participants expressed that they wanted orientation and for the facts to be put in order. They praised background information, soundly investigated facts and different experts offering a wide range of perspectives of the event. This need for such unique journalistic competence may be the reason why the Web was not named as very important. The Web may offer a lot of information, but it is not a guarantee of reliability and credibility."

(Roeser / Schaefer 2003: 93).

Generell ist festzuhalten, dass es allen Teilnehmern der Befragung schwer fiel, sich an ihre exakte Mediennutzung im Laufe der seit dem 11. September 2001 vergangenen fünf Monate zu erinnern. Die Mediennutzung nach den Terroranschlägen war stark von Gefühlen und Emotionen geprägt, die eine nüchterne Erinnerung der Nutzung überlagerten, so dass dieser Aspekt innerhalb der Diskussion leider oftmals nur oberflächlich behandelt werden konnte.

Unter dieser Voraussetzung ist es nur eingeschränkt möglich, eine differenzierte Bewertung einzelner Medienangeboten herauszuarbeiten. Die Vermutung liegt nahe, dass die von den Probanden wahrgenommenen und erinnerten Unterschiede zwischen den einzelnen Fernsehprogrammen

eher allgemeine Einstellungen widerspiegeln, als eine situationsbezogene Bewertung deren Leistungen. Zum Beispiel wurde häufig argumentiert, dass die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender sachlicher berichtet hätten als die privaten - ohne dass die Probanden hierfür konkrete Beispiele hätten anführen können.

Roeser / Schaefer (2003: 89f.) berichten aus einer repräsentativen Befragung des FORSA-Instituts, 40 Prozent der deutschen Fernsehzuschauer hätten die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Programme besser gefunden als die der privaten, weitere 24 Prozent nannten reine Nachrichtensender wie n24 als ihre Favoriten und 17 Prozent das Programm von RTL. Peter Kloeppe (RTL) wurde jedoch als kompetentester Journalist bewertet, Ulrich Wickert (ARD) kam auf den zweiten Platz.

Grundsätzlich erinnerte sich die Mehrzahl der Teilnehmer unserer Befragung, nach dem 11. September 2001 das Medium Fernsehen vorwiegend wegen seiner aktuellen Berichterstattung sowie der visuellen Darstellungsmöglichkeit der Ereignisse genutzt zu haben. An spezifische Sender, bestimmte Sendungen oder auch Moderatoren, Korrespondenten und Experten konnten sie sich jedoch nur schwerlich erinnern; nur einzelne, allgemein sehr bekannte Namen wie Peter Scholl-Latour, Ulrich Wickert oder Peter Klöppel sind im Gedächtnis geblieben.

Die Analyse der Gruppendiskussionen hat gezeigt, dass während einer Krisensituation diesen Ausmaßes zwar ein enorm verstärktes Interesse an Information besteht und Medien insgesamt stärker genutzt werden, es werden jedoch im wesentlichen dieselben Informationsquellen nachgefragt wie in der Zeit zuvor. Das Rezeptionsverhalten verändert sich nur wenig. Dies bedeutet auch, dass nur Personen, die schon vor den Anschlägen vom 11. September 2001 zusätzlich zur Fernsehberichterstattung ausführlichere Hintergrundinformationen in anderen Medien rezipierten, nach den Terroranschlägen zusätzlich zum Fernsehen z.B. einschlägige Printmedien wie Zeit und Spiegel genutzt haben. Befragte, deren Medienkonsum sich normalerweise auf das Fernsehen beschränkt, nutzten auch nach dem 11. September fast ausschließlich dieses Medium.

"Immer wenn ich nach Hause kam, habe ich sofort den Fernseher angestellt und geschaut, was wieder Neues passiert ist."

"Ich habe nichts anderes genutzt als bisher, aber ich habe mich einfach intensiver damit beschäftigt."

Bezüglich der einzelnen Programmangebote lässt sich allerdings eine verstärkte Nutzung der Nachrichtensender n-tv, n24 und CNN feststellen. Mit zunehmendem zeitlichen Abstand zum 11. September hat die Nutzung spezieller Informationsangebote allerdings wieder abgenommen. Die Nachrichtensender konnten lediglich für einen kurzen Zeitraum an Popularität gewinnen.

Als weiteres Ergebnis unserer Befragungen ist festzuhalten, dass die ausländischen Medienrezipienten in Deutschland - grundsätzlich und in der Krise noch verstärkt - parallel zu den deutschen Medien, mediale Angebote aus ihrer Heimat oder zumindest aus ihrem Kulturkreis nutzen, dies gilt wiederum insbesondere für Fernsehangebote. Sie nutzen deutsche und "ausländische" Programme, um Vergleiche zwischen den Informationen anzustellen und sich dann ihre Meinung zu bilden. Die Mehrzahl der Teilnehmer dieser Studie betrachtet die Möglichkeit mehrere Informationsquellen zu nutzen als Vorteil, da sie sich allein im deutschen, aber auch im jeweiligen heimischen Medium in ihrer Sicht der Dinge und ihren Emotionen nicht immer "aufgehoben" fühlen.

Bewertung der Medienberichterstattung

Die Funktionen, die die Medienberichterstattung im Krisenfall für Individuen hat, zerfallen gemäß Perse et al. (2003) in folgende fünf Dimensionen:

- Information / Überwachung,
- Erklärung / Interpretation der Bedeutung,
- Schaffen von Solidarität / Sozialisation,
- Reduktion von Unsicherheit und
- Entspannung

Zur Bedeutung dieser Dimensionen bei der Medienberichterstattung nach dem 11. September 2001 befragten Perse et al. (2003) im Oktober 2001 401 Personen per Telefon. Dabei zeigte sich, dass zwar alle identifizierten Funktionen als wichtig bewertet wurden, die Informationsvermittlung, die Interpretationshilfe und das Schaffen von Solidarität waren jedoch deutlich wichtiger als die Reduktion von Unsicherheit und die Entspannung (vgl. Abbildung 2.7). Perse et al (2003: 52) kommen zu dem Ergebnis "...media serve important functions during times of crisis. Their functional roles are valued by society, but differences in perception about

the media, notably beliefs in media bias and restriction, affect the importance of these roles".

Für die Teilnehmer unserer Befragung waren folgende Aspekte entscheidend für ihre Bewertung der deutschen Medienberichterstattung zum 11. September:

- Sachlichkeit der Darstellung
- Neutralität der Berichterstattung
- Hintergrundinformationen
- Glaubwürdigkeit
- Beitrag zur Integration

Sachlichkeit der Darstellung

Insgesamt wurde die Berichterstattung des deutschen Fernsehens im Zusammenhang mit den Terroranschlägen als sachlich und wenig emotional beschrieben. Dies fiel den eher gebildeten und in Deutschland gut integrierten ausländischen Mitbürgern als positiv auf, während stark emotional betroffene Teilnehmer der Befragung - vor allem jüngere Ame-

Abbildung 2.7

Funktionen der Medienberichterstattung nach dem 11. September 2001

Information/Überwachung	5,85
Erklärung/Interpretation der Bedeutung	5,77
Schaffen von Solidarität/Sozialisation	5,78
Reduktion von Unsicherheit	5,02
Entspannung	5,03

(Quelle: Perse et al. 2003: 52
Mittlere Bewertung der Items auf einer 7-Punkte-Skala
von 1 "überhaupt nicht wichtig" bis 7 "sehr wichtig")

rikaner und traditionell religiöse Türken - ihre Situation und ihre Gefühle im deutschen Fernsehen, insbesondere durch die Moderatoren, als zu wenig berücksichtigt ansahen. Hier wird eine deutliche Diskrepanz zwischen den allgemeinen Idealvorstellungen einer sachlichen und neutralen Berichterstattung und dem konkret-subjektiven Anspruch von besonders in die Ereignisse involvierten Personen an die Berichterstattung in Krisensituationen deutlich.

"Die Moderatoren haben berichtet, als würde es um das Wetter gehen."

"Die menschliche Seite habe ich in den deutschen Medien nicht gesehen. Das hat mir total gefehlt."

"Die Amerikaner sind viel emotionaler, die Deutschen dagegen sachlicher."

Einige Zuschauer berichteten auch, dass die deutschen Medien, insbesondere die Fernsehsender, dazu neigten, bei den Zuschauern Angst zu schüren, sie durch die Berichterstattung in eine Art Dauerstress zu versetzen. Dabei sei kein Unterschied zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern festzustellen gewesen. Dies sei, hier sind sich deutsche, türkische und amerikanische Rezipienten einig, besonders am Anfang der Medienberichterstattung der Fall gewesen, später seien sich die Journalisten verstärkt ihrer Verantwortung bewusst geworden.

"Im ersten Moment haben die Medien alles berichtet, was ihnen in die Finger kam, erst später haben sie gefiltert. Man war richtig verunsichert."

"In Amerika werden Giftbriefe verschickt, und hier machen sie die totale Panik. Bei uns ist kein einziger Brief aufgetaucht."

"Meine Gefühle wurden aufgeputscht, ich habe Angst gekriegt, die deutschen Medien waren aufhetzend. Denken Sie nur an die Milzbrand-Sache."

Neutralität der Berichterstattung

Eng mit der Sachlichkeit hängt der Aspekt der Neutralität der Berichterstattung zusammen. In den Gruppendiskussionen fielen auch diesbezüglich Unterschiede in der Bewertung der Berichterstattung in Abhängigkeit von der Nationalität der Befragten auf. Die älteren Amerikaner und die Deutschen lobten die deutsche Berichterstattung als eher neutral:

"Die deutsche Berichterstattung ist sehr objektiv, in den USA waren die Moslems gleich die Bösen."

"Die deutschen Medien haben versucht zu zeigen, dass jeder Moslem - sei es Türke, Afghane oder sonst einer - nicht automatisch Terrorist ist. In den USA war es genau umgekehrt."

Die anderen Teilzielgruppen der Befragung - vor allem Türken und Afghanen - kritisierten die vorschnelle Unterscheidung zwischen "guten" und "bösen" Beteiligten und die vorbehaltlose Stellungnahme auf Seiten der Amerikaner. Sie waren der Ansicht, die deutschen Medien hätten die amerikanische Sichtweise unkritisch übernommen und so ihre Neutralität aufgegeben. Die Schuldvermutung und -zuweisung durch die deutschen Medien sei in den ersten Tagen nach den Terroranschlägen vorschnell und einseitig getroffen worden. Gerade die muslimischen Zuschauer fühlten sich mit den Terroristen in einen Topf geworfen. Erst im Laufe der folgenden Wochen hätten die Journalisten die Sichtweise der Gegenseite in die Berichterstattung mit einbezogen und Hintergrundinformationen zur Situation in Afghanistan und der Historie dieser Anschläge publiziert.

"Es gab nur Solidarität mit den USA, nicht mit den Moslems."

"Die deutschen Fernsehsender haben alle islamischen Länder in einen Topf geschmissen, zumindest am Anfang. Jetzt wollen sie es wieder gut machen."

"Sachlich, aber einseitig. Die Schuldzuweisung war klar, die Bilder wurden schon in Amerika zensiert. Die lassen nur rüber, was ihnen in den Kram passt."

Eine weitere Sichtweise formulierten die jüngeren amerikanischen Probanden, die gerade eine versuchte Neutralität und Aufklärung über die Hintergründe der Terroranschläge als Affront gegen sich und Amerika verstanden. Die Berichterstattung im deutschen Fernsehen erlebten sie als pro-afghanisch. Gern gesehen hätten diese Rezipienten emotionalere und auf die persönlichen Schicksale von betroffenen Amerikanern, deren Angehörigen und Helfern fokussierte Berichte. Das Mitgefühl der deutschen Medien gegenüber der afghanischen Bevölkerung sei, so äußerten sich einige der amerikanischen Rezipienten, unangebracht gewesen. Auch die militärisch-taktischen Operationen der US-Regierung seien in der Folge nicht ausreichend begründet, der amerikanische Präsident falsch zitiert und als "gefährliche Witzfigur" dargestellt worden.

Diese Probanden warfen den deutschen Medien vor, keine klare Position auf Seiten der USA eingenommen zu haben, sondern sich stets nur auf die Seite der "Gewinner" zu stellen. Diese Ansicht vertrat jedoch nur eine Minderheit der von uns befragten Amerikaner.

"Es wird kein Verständnis den Amerikanern gegenüber gezeigt, die Deutschen erfahren in ihren Medien ja gar nicht, warum wir das Rote Kreuz bombardiert haben. Da heißt es nur gleich: die bösen Amis."

"Sie haben immer nur über die armen Afghanen berichtet, sie berichten nicht, wie abhängig Deutschland von den USA ist. Eigentlich sollten sie auf der Seite der Amerikaner sein."

"In Amerika wurde über die persönlichen Schicksale, die Helden berichtet, in Deutschland interessierte das niemanden. Da darf es keine Helden geben."

"Jedesmal wenn ein Kind in Afghanistan gestorben ist, haben wir das zehnmal am Tag gehört, aber wir haben nichts von den persönlichen Schicksalen der Amerikaner gehört - das, was uns Amerikaner interessiert."

"Die deutschen Medien sind sehr links, wollen keinen Krieg, aber Krieg kann man nicht planen. Wenn es Krieg gibt, muss man als Amerikaner eben kämpfen."

Hintergrundinformationen

Als weiteren wichtigen Punkt kritisierten die Probanden, dass die deutschen Medien nicht auf die Anschläge vorbereitet waren. Zwar hatten sie in den betroffenen amerikanischen Großstädten Reporter vor Ort und konnten relativ aktuell informieren. Im Vorfeld hatten sie es aber jahrelang versäumt, über die Situation in Afghanistan zu berichten, detaillierte Hintergrundinformationen zu sammeln und zu publizieren. Da die deutschen Medien insgesamt so wenig Interesse für die Gesamtproblematik zeigten, konnten sie in den Tagen nach dem Anschlag nicht mit fundiertem Wissen aufwarten und hatten kein entsprechendes Archivmaterial zur Verfügung. Sie neigten zu Spekulationen und gaben auch zweifelhaften Experten das Wort. Im Falle des Fernsehens gilt dies nach Ansicht der Rezipienten für die öffentlich-rechtlichen Sender ebenso wie für die privaten.

"Heuchelei ist, dass die Afghanen 20 Jahre gelitten haben und die deutschen Medien sich erst jetzt dafür interessieren. Und jetzt zeigen sie auch nur Kabul, selten Kandahar."

"Durch die politischen Ereignisse lag das Interesse plötzlich auf Afghanistan, davor hat sich keiner dafür interessiert."

"Nur wenn es brenzlich wird, hören wir viel. Die Medien reagieren immer erst dann, wenn es richtig heiß wird, dann ist es aber zu spät. Sie zeigen nur brennende Feuer, nicht, wie es zu den brennenden Feuern kommt."

"Sie haben immer berichten müssen, auch wenn es nichts Neues gab. Da haben sie zu wenig Informationen gehabt, so dass ziemlich viel Blödsinn dabei war."

"Da muss man sich selbsternannte Experten anhören, von denen noch niemand was gehört hat. Da fragen sie einen Feuerwehrmann aus Berlin?"

"Als Experte galt schon der, der einmal im Urlaub in den USA war."

"Bei den meisten Experten hatte man das Gefühl, dass sie nicht im Thema drin waren, sondern sich kurz vor dem Auftritt noch schnell informiert haben."

Abgesehen von mangelnden bzw. fehlenden Hintergrundinformationen fühlten sich die Rezipienten am Tag des 11. September 2001 und den ersten Tagen danach aufgrund der vermeintlich aktuellen Berichterstattung der deutschen Medien zumindest vordergründig gut informiert und in die Geschehnisse involviert. Es wurde von den unterschiedlichsten Schauplätzen berichtet, man hatte zum Teil sogar das Gefühl, "live dabei" zu sein. Ernüchterung folgte einige Tage später, als den Fernsehzuschauern auffiel, dass ständig dieselben Bilder gezeigt wurden, dass es nichts Neues mehr zu berichten gab. Es entstand der Eindruck, dass die Sender mit der Situation überfordert seien und nichts Neues bieten konnten.

Nachdem sich der erste Schock nach den Terroranschlägen etwas gelegt hatte, genügten den Zuschauern tagesaktuelle Informationen und die ständig wiederholten Bilder jedoch nicht mehr, jetzt wollten sie auch etwas über die Hintergründe des Terrors erfahren (vgl. auch Roeser / Schaefer 2003). Diesen Wunsch äußerten alle Teilnehmer der Diskussionen unabhängig von ihrer Nationalität. Unterschiede gab es jedoch hin-

sichtlich der Art der gewünschten Hintergründe: Zwar wollten alle Teilnehmer in erster Linie etwas über die Identität der Terroristen und ihrer Hintermänner erfahren. Die jungen Amerikaner interessierten sich darüber hinaus für die persönlichen Schicksale der Betroffenen sowie deren Angehörigen, während die anderen Teilzielgruppen fundiertes Hintergrundwissen über Terrorismus, die Situation in Afghanistan, die Taliban und Osama bin Laden vermissten.

"Was wirklich passiert ist, habe ich erst vor zwei Wochen in einer Zeitung erfahren, ich fand es war damals wie in dem Film 'Und täglich grüßt das Murmeltier', immer wieder dieselben Bilder, again and again."

"Zuerst fand ich das alles toll aktuell, ich hatte das Gefühl, wirklich dabei und über alles informiert zu sein. Dann aber merkte ich, dass es mir nicht gelingt, mein fehlendes Wissen über die Hintergründe aufzubauen."

"Wir wollten irgendwann richtige Hintergründe und keine talking-heads."

Da die Fernsehsender direkt nach den Anschlägen sehr aktuell und häufig "live" sendeten, in der Folge jedoch scheinbar immer weniger Informationen zur Verfügung hatten, vermuteten einige der befragten Zuschauer, der Zugang zu Informationen könnte in den Folgetagen nach den Anschlägen und zu Beginn des Afghanistan-Krieges manipuliert und zensiert worden sein. In allen Teilzielgruppen, außer den jüngeren Amerikanern, waren Probanden der Meinung, der Journalismus sei durch die amerikanische Regierung manipuliert worden. Verstärkt wurde dieser Eindruck durch die schnellen Ermittlungserfolge der amerikanischen Behörden, die den Rezipienten den Eindruck vermittelten, die US-Regierung verfüge über deutlich mehr Informationen, als man der Öffentlichkeit zukommen lassen wolle.

Glaubwürdigkeit

Aufgrund der Vermutung, ihnen würden Informationen vorenthalten, zweifelten viele Fernsehzuschauer auch an der Glaubwürdigkeit der Berichterstattung und der Authentizität der gezeigten Bilder und Filme. Fast alle Befragten konnten sich beispielsweise an die Videosequenzen von Bin Laden und den jubelnden Palästinensern erinnern, deren Echtheit öffentlich diskutiert und angezweifelt wurde (vgl. auch Roeser / Schafer 2003).

In dieser Situation vertrauten Probanden aus allen Teilzielgruppen - wiederum außer den jüngeren Amerikanern - eher auf die Glaubwürdigkeit der deutschen als der amerikanischen Medien; gebildete Personen schenkten zudem eher den öffentlich-rechtlichen Sendern und dem Nachrichtensender n-tv Vertrauen. Gleichzeitig äußerten die Befragten Verständnis für die Situation der deutschen Medien, die aufgrund der großen räumlichen Distanz zu den Ereignisorten in großem Maße auf Informationen und Bilder der amerikanischen Nachrichtenagenturen angewiesen seien. Die ausländischen Fernsehteilnehmer nutzten aufgrund des Verdachts manipulierter Nachrichten und Informationen auch verstärkt ihre "Heimatmedien", um Vergleiche anstellen zu können und weniger einer einseitigen Berichterstattung ausgeliefert zu sein.

"Die Medien schreiben, was der amerikanische Staat sagt."

"Die deutsche Berichterstattung ist freier, in den USA ist sie manipulierter."

"Ich zweifle sehr an der Glaubwürdigkeit der amerikanischen Berichterstattung, es wurde stark kontrolliert, was nach außen kommen durfte und was nicht."

"Ich war im Zweifel über die Videobänder von Bin Laden, da könnte man auch manipuliert haben."

"Die Bilder sind schon in Amerika zensiert worden, man muss schon abwägen, wem man glauben kann und wem nicht."

"Die deutschen Medien sind voreingenommen, man müsste sie interpretieren, um ihnen glauben zu können."

"Sie zeigen nicht alles, sondern nur das, was sie senden wollen."

Der Verdacht mangelnder Glaubwürdigkeit und zu einseitiger Berichterstattung hatte zur Folge, dass sich die in Deutschland lebenden ausländischen Mitbürger nach den Ereignissen vom 11. September 2001 von den deutschen Medien in ihrer Situation unverstanden und ausgegrenzt vorkamen. Ein größeres Verständnis zwischen den Kulturen sei auf diese Weise nicht gefördert worden.

Zu vollkommen anderen Ergebnissen bezüglich der Glaubwürdigkeit der Fernsehberichterstattung kommen hingegen Forscher in den USA (Greenberg / Hofschire / Lachlan 2003:8). Hier wichen anfängliche Zweifel an

der Stimmigkeit der Berichte einem großen Vertrauen in die Medien. Während in den ersten Stunden nach den Anschlägen nur 58 Prozent der Befragten die Berichterstattung für sehr akkurat hielten, waren es am Mittwoch 71 und am Donnerstag bereits 80 Prozent der Befragten.

Beitrag zur Integration

Erst im Laufe der Zeit haben die deutschen Medien - nach Ansicht der Probanden - versucht, Verständnis und Interesse für die unterschiedlichen Kulturen und Sichtweisen zu wecken, die Angehörige der verschiedenen an den Ereignissen beteiligten Nationalitäten vertreten. Nach Bekunden - vor allem der afghanischen Befragten - führten diese verstärkte Hintergrundberichterstattung und die Aufklärungsarbeit der Medien dazu, dass sich die ausländischen Mitbürger im Laufe der Zeit wieder stärker in die deutsche Gesellschaft integriert und angenommen fühlten.

"Die Moslems, die vorher schon schief angeschaut wurden, wurden kurz danach erst recht schief angeschaut. Jetzt hat sich das wieder gelegt."

"Viele sind wachgerüttelt worden, zeigen Interesse. Das ist doch was Positives."

"Sie mussten irgendwann Aufklärung schaffen, sonst hätte es Chaos und noch mehr Übergriffe auf Afghanen gegeben."

"Zuerst haben uns die Leute komisch angesehen, weil wir optisch den Terroristen ähneln, die auf den Bildern im Fernsehen zu sehen waren. Jetzt wissen sie hoffentlich, dass wir nicht alle gleich sind."

"Das alles hatte schon einen Aufklärungseffekt, man hat viel an Informationen über andere Länder mitnehmen können."

Medienberichterstattung im zeitlichen Verlauf

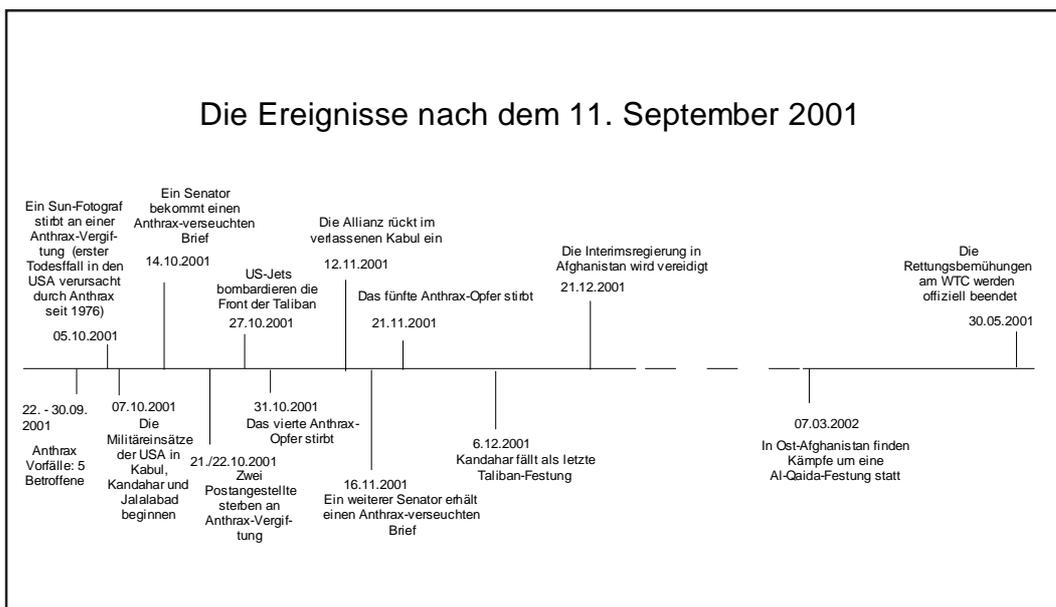
Am Beispiel des Beitrages deutscher Medien zur Integration und zur Verständigung der in den Konflikt involvierten Nationalitäten lässt sich exemplarisch der zeitliche Verlauf der Medienberichterstattung am und nach dem 11. September 2001 beobachten. In Abbildung 2.9 wird deutlich, wie sich die Medienberichterstattung im Laufe der Zeit verän-

dert und positiv entwickelt hat: Von der anfänglichen Überraschung und Überforderung bis hin zu einer professionell-integrativ ausgelegten Hintergrundberichterstattung. Obwohl die Zuschauer diese Veränderung ins Positive bemerken, lässt ihr Interesse am Geschehen zugleich merklich nach, sodass die Erinnerung an anfängliche Spekulationen, Panikmache, fehlende Aufklärung und Integrationsarbeit durch die Medien überwiegt.

Selbst in den USA weisen Forschungsergebnisse auf einen schnellen Rückgang der Aufmerksamkeit der Medienrezipienten nach dem 11. September hin. Hatten am Tag des Geschehens über 50 Prozent der Befragten von Greenberg / Hofschire / Lachlan (2003: 8) mehr als sieben Stunden fern gesehen, waren es einen Tag später nur noch 19 Prozent, zwei Tage später nur noch zwölf Prozent. Nach Ergebnissen des PEW Research Centers (2001) gaben jedoch auch im Oktober noch rund drei Viertel der Amerikaner an, die Berichterstattung über die weitere Entwicklung genau zu verfolgen.

An diesem Punkt wird erneut deutlich, dass eine Differenz zwischen der Anspruchshaltung der Zuschauer - vor allem gegenüber der Berichterstattung der Fernsehprogramme - und ihrem tatsächlichen Informations-

Abbildung 2.8
Chronologie der Ereignisse



verhalten besteht. Um auf diese Diskrepanz zu reagieren, müssen Medien Hintergrundinformationen möglichst schnell publizieren, bevor das Interesse des Publikums an einem Thema nachlässt. Hierfür sind Recherchen und Vorarbeiten bereits im Vorfeld einer Krise nötig. Fehlen solche stichhaltigen Informationen, können die Medien die aufgrund des gesteigerten Interesses der Zuschauerschaft große Chance der Informationsvermittlung, Integration und eigenen Profilierung nicht nutzen. Die Rezipienten nehmen eine langfristige Veränderung der Qualität der Berichterstattung nur noch unterschwellig wahr und honorieren sie nicht.

Unterschiede zwischen deutschen und ausländischen Medien

Zwischen den deutschen und den jeweils "heimischen" ausländischen Sendern nahmen die Teilnehmer der Gruppendiskussionen Unterschiede wahr, die sie sehr differenziert wiedergeben konnten und beurteilten, und die im Folgenden genauer erläutert werden sollen. Zuvor sei allerdings bemerkt, dass die Fernsehzuschauer grundsätzlich davon ausgehen, dass nationale Fernsehprogramme von der jeweiligen Regierung beeinflusst werden: Ein amerikanischer Sender berichte eben aus Sicht der amerikanischen Regierung, ein türkischer aus der der türkischen und auch ein deutscher Sender aus der Sicht der deutschen Regierung. Folglich könne die nationale Medienberichterstattung gemäß der Ansicht der Diskussionsteilnehmer nie absolut wahrheitsgetreu sein. Auch deshalb nutzen die in Deutschland lebenden Ausländer regelmäßig Sender mindestens zweier Länder und gehen davon aus, so die Möglichkeit zu einer objektiveren Meinungsbildung zu haben.

Ein von den Rezipienten wahrgenommener Unterschied zwischen der deutschen und der amerikanischen Fernsehberichterstattung - relevante amerikanische Sender sind hierbei CNN und AFN - liegt darin, dass die amerikanischen Programme sofort eine Unterscheidung zwischen "Gut" und "Böse" vornehmen, insofern schnell Position beziehen und weniger neutral berichten. Diese Tatsache kommt eher nationalistischen Amerikanern mehr entgegen als die deutsche, sachlich Berichterstattung. Höher gebildete und ältere in Deutschland lebende Amerikaner verurteilten diese Art der Berichterstattung jedoch und erlebten die amerikanische Berichterstattung sogar als besonders unglaubwürdig und manipuliert. Diese Befragten leben schon lange in Deutschland und zeigen sich generell deutlich kritischer gegenüber der amerikanischen Politik als die jüngeren. Die Einstellung zur Politik bestimmt auch maßgeblich die Beurteilung der Medien.

Ein weiterer durch die Zuschauer wahrgenommener Unterschied liegt darin, dass die amerikanischen Sender eher das Bedürfnis der Zuschauer nach Emotionalität aufgreifen, die persönlichen Schicksale der Opfer, Angehörigen und Retter aufzeigen und "sich mit den Zuschauern auf eine Ebene stellen". Allerdings wurden in den amerikanischen Medien nur - und daher aus Sicht der höher gebildeten Amerikaner zu einseitig - amerikanische Schicksale aufgezeigt.

Die türkischen Sender ATV, Star TV, TRT, Show TV berichteten in ihrem Nachrichtenprogramm im Unterschied zu deutschen Fernsehprogrammen nicht nur über das jeweils tagesaktuelle Geschehen, sondern vollzogen die Ereignisse des Konflikts täglich aufs Neue nach, weshalb sie auch eine wesentlich längere Sendedauer in Anspruch nahmen. Dies hat aus Sicht der Probanden den Vorteil, dass die Zuschauer jeden Tag in die Geschehnisse einsteigen können. Aufgrund der Langatmigkeit der Berichterstattung schalteten die befragten Zuschauer jedoch eher zu deutschen Sendern, die sich im Vergleich eher knapp hielten und die Ereignisse schneller auf den Punkt brachten.

Wie die amerikanischen Sender berichten auch die türkischen mit mehr Gefühl und Dramatik. Ereignisberichte werden oft mit Musik unterlegt, die Emotionen der Zuschauer werden damit direkt angesprochen. Einige türkische Sender scheinen nach Berichten der Zuschauer "völlig außer Kontrolle", sie würden einseitig, manipuliert oder sogar falsch berichten. Die türkischen Teilnehmer waren jedoch der Ansicht, wohl zwischen diesen und seriös berichtenden Sendern unterscheiden zu können.

Afghanische Sender im Sinne eines Vollprogramms sind in Deutschland nicht zu empfangen. Vielmehr nutzen die in Deutschland lebenden Afghanen häufig offene Kanäle, die in Städten mit großer afghanischer Wohnbevölkerung täglich mehrere Stunden Programm für diese Zielgruppe anbieten - von Nachrichten bis hin zu heimischer Musik - und die zahlreichen heimischen Dialekte bedienen. Als Vollprogramm für afghanische Mitbürger in Deutschland dient allein der Sender Al-Jazeera, den alle Teilnehmer unserer Befragung regelmäßig sehen. Die Vorteile des Senders liegen darin, so die afghanischen Rezipienten, dass Bilder aus Afghanistan nicht geschnitten oder manipuliert werden und quasi "aus erster Hand" stammen. Insofern haben die afghanischen Mitbürger in Deutschland mit Al-Jazeera ein muslimisches Pendant zu CNN, das für die in Deutschland lebenden US-Amerikaner besonders wichtig ist.

Ausblick

Bei der Untersuchung des Rezeptionsverhaltens am 11. September 2001 und in den darauf folgenden Wochen hat sich gezeigt, dass dieses angesichts der Ereignisse in New York, Washington und Afghanistan eng an die allgemeine Mediennutzung der Teilnehmer anknüpfte. Das Fernsehen dominierte als Informationsmedium; die Wahl der Informationskanäle - die, wie üblich, stark von Alter und formalem Bildungsniveau abhängig war - änderte sich durch die Ereignisse nicht, lediglich die Intensität der Mediennutzung nahm deutlich zu. Von den ausländischen Teilnehmern wurden sowohl die Angebote deutscher Fernsehsender als auch von Sendern aus dem eigenen Kulturkreis genutzt, um auf diese Weise zu einem objektiveren Meinungsbild zu gelangen.

Unabhängig von ihrem kulturellen Hintergrund äußerten alle Teilnehmer, bei der Berichterstattung über die Terroranschläge ähnliche Gefühle wie Schock, Entsetzen und Ungläubigkeit erlebt zu haben. Die US-amerikanischen Rezipienten fühlten sich zudem machtlos, während die afghanischen Teilnehmer der Befragung vermehrt Kriegsangst verspürten.

Dementsprechend erwarten die Teilnehmer von einer medialen Krisenberichterstattung Objektivität, das Vermeiden von Spekulationen und den Abbau von Ängsten in der Bevölkerung, anstatt des erlebten Schürens von Ängsten. Viele der Teilnehmer wünschen sich eine präventive Berichterstattung von den Medien, die sie schon vor einer akuten Krise über potenzielle Gefahren informiert.

Die Bewertung der Berichterstattung deutscher Fernsehsender durch die Teilnehmer zeigte allerdings, dass einzelne Beiträge der Sender kaum erinnert werden, sondern - teilweise durch den Eindruck der Bilder überlagert - grundsätzliche Einstellungen gegenüber den einzelnen Sendern aufgegriffen werden. Unabhängig von der Nationalität der Befragten wurde die Berichterstattung deutscher Medien als sachlich und wenig emotional erlebt und, besonders zu Beginn der Krise, als schlecht vorbereitet und wenig fundiert. Die Teilnehmer beobachteten eine positive Veränderung der Medienberichterstattung in Bezug auf die Qualität der Hintergrundinformationen und ihre Ausgewogenheit bzw. Integrationsleistung. In dem Maße, in dem die Qualität der Berichterstattung zunahm, nahm jedoch das Interesse der Rezipienten ab.

Das Internet spielte für die Mediennutzung der Rezipienten bei diesem Anlass auch im internationalen Vergleich kaum eine Rolle, denn das

Fernsehen versorgte die Zuschauer mit Bildern und pseudo-aktuellen Informationen. Gleichzeitig wäre auch das neue Medium mit den Ansprüchen des Publikums vollkommen überfordert gewesen: Viele Server waren wegen der überdurchschnittlichen hohen Zugriffsraten überlastet und nicht zu erreichen.

Insgesamt haben es die deutschen Journalisten, vor allem der Fernseh-Veranstalter, versäumt, die Informationsbedürfnisse ihrer Rezipienten nach dem 11. September 2001 zu befriedigen.

Zusammenfassung der Ergebnisse

1. Grundsätzlich zeigen sich bei den ausländischen Befragten ähnliche Mediennutzungsmuster, wie sie auch bei deutschen Rezipienten zu beobachten sind: Das Fernsehen spielt nicht nur als Unterhaltungsmedium, sondern auch im Bereich der Information die wichtigste Rolle. Je nachdem, wie viele Hintergrundinformationen die Rezipienten nachfragen, nutzen sie zusätzlich auch verschiedene andere deutsche Medien - vorrangig Tageszeitungen und Hörfunk. Eine besondere Bedeutung kommt außerdem ausländischen Fernsehsendern zu: Für unsere Befragten war es wichtig, zwei Sichtweisen geboten zu bekommen und diese miteinander vergleichen zu können.

2. Von der Medienberichterstattung in Krisensituationen erwarten sowohl die von uns befragten ausländischen als auch die deutschen Fernsehzuschauer grundsätzlich eine sachliche Berichterstattung - ohne Spekulationen. Berichte, die die Emotionen und Ängste der Zuschauer schüren, sind - so die einhellige Meinung der Befragten - völlig fehl am Platz.

3. Insgesamt wurde die Berichterstattung im deutschen Fernsehen über die Terroranschläge am 11. September 2001 als sachlich und nur verhalten emotional beschrieben. Dies fiel den eher gebildeten und in Deutschland gut integrierten ausländischen Mitbürgern als positiv auf, während stark emotional betroffene Teilnehmer der Befragung - vor allem jüngere Amerikaner und traditionell religiöse Türken - ihre Situation und ihre Gefühle im deutschen Fernsehen zu wenig berücksichtigt fanden.

4. Obwohl die Mehrzahl der Befragten die deutsche Medienberichterstattung als neutral bewerteten, kritisierten vor allem Türken und Afghanen die vorschnelle Unterscheidung zwischen "gut" und "böse" und die unkritische Stellungnahme auf Seiten der Amerikaner. Die Schuldvermutung durch die deutschen Medien sei in den ersten Tagen nach den Terroranschlägen vorschnell und einseitig getroffen worden.

5. Erst im Laufe der Zeit haben die deutschen Medien - nach Ansicht der Probanden - versucht, Verständnis und Interesse für die unterschiedlichen Kulturen und Sichtweisen zu wecken, die Angehörige der verschiedenen an den Ereignissen beteiligten Nationalitäten vertreten. Diese verstärkte Hintergrundberichterstattung und die Aufklärungsarbeit der Medien führte dazu, dass sich die ausländischen Mitbürger im Laufe der Zeit wieder stärker in die deutsche Gesellschaft integriert fühlten.

6. Als weiteren wichtigen Punkt kritisierten die Probanden, dass die deutschen Medien nicht auf die Anschläge vorbereitet waren. Aufgrund eines im Vorfeld zu geringen Interesses für die Gesamtproblematik konnten sie in den Tagen nach dem Anschlag kaum mit fundiertem Wissen aufwarten und mussten sich häufig auf Spekulationen beschränken.

7. Besonders zu Beginn der Krise wurde die Berichterstattung in den deutschen Medien als schlecht vorbereitet und wenig fundiert erlebt. Im Laufe der Zeit entwickelte sie sich zwar positiv von der anfänglichen Überraschung und Überforderung hin zu einer professionell-integrativ ausgelegten Hintergrundberichterstattung. Da das Interesse der Zuschauer am Geschehen jedoch schnell nachließ, überwiegt bei ihnen die Erinnerung an den "Fehlstart" der Auslandsberichterstattung am 11. September 2001, an dem vor allem die Fernsehveranstalter die Informationsbedürfnisse ihrer Rezipienten nicht befriedigen konnten.

Abbildungen

Abbildung 2.1

Soziodemographische Beschreibung der Diskussionsrunden

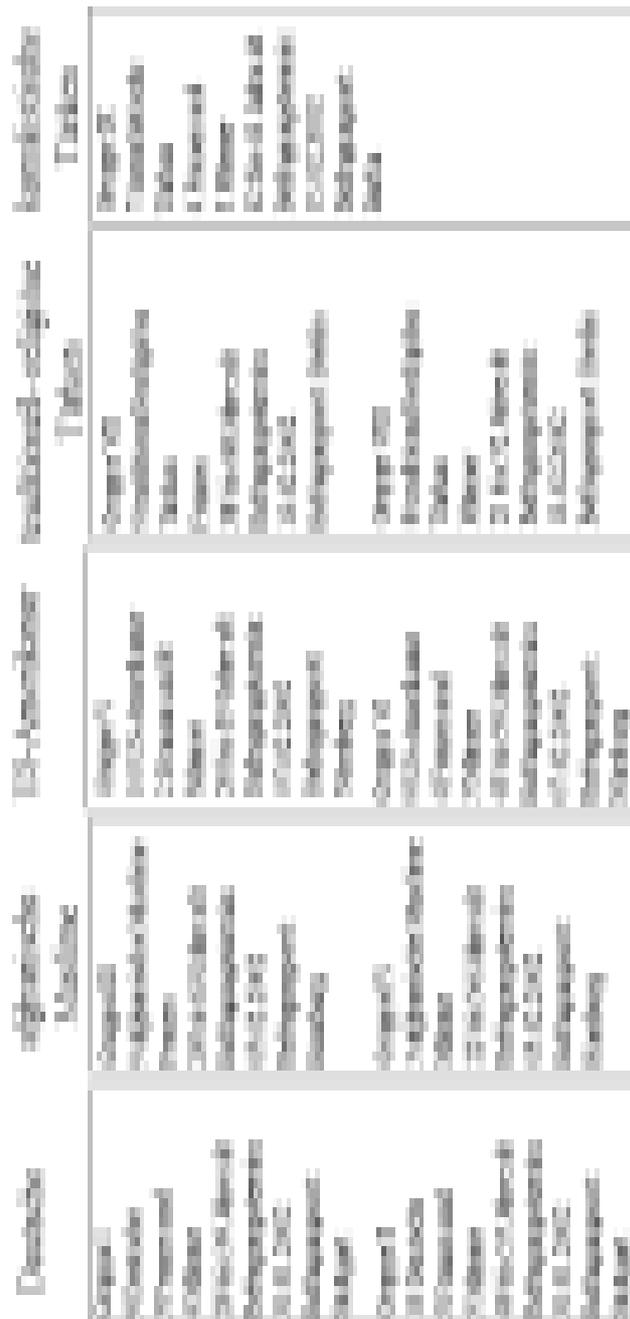


Abbildung 2.2
Typologie der Integration nach Weiß / Trebbe (2001: 46)

Typ A (H. Frauen)	Typ B (H. Frauen)	Typ C (H. Frauen)
<ul style="list-style-type: none"> → starkes berufliches Potenzial → keine Einküpfung 	<ul style="list-style-type: none"> → mittelstarkes Berufspotential → teilweise Einküpfung 	<ul style="list-style-type: none"> → Berufspotential → teilweise Berufspotential → systematisches Fehlen
<ul style="list-style-type: none"> → über 30 Jahre → Partner → ledig → vollzeit tätig 	<ul style="list-style-type: none"> → über 30 Jahre → Partner → berufliche Weiterbildung → berufstätig 	<ul style="list-style-type: none"> → über 30 Jahre → unterklassische Schule → berufstätig → ledig oder Partner
hohe Lage mit hohem Integrationspotential	hohe Lage mit gebilligter Orientierung	hohe berufstätige, gut integrierte Frauen

Typ D (H. Frauen)	Typ E (H. Frauen)	Typ F (H. Frauen)
<ul style="list-style-type: none"> → mittelstarkes Berufspotential → deutliche Einküpfung → keine Einküpfung 	<ul style="list-style-type: none"> → geringes Berufspotential → geringes Berufspotential → Orientierungswahl soziale Richtung 	<ul style="list-style-type: none"> → geringes Berufspotential → geringes Berufspotential → Orientierungswahl soziale Richtung
<ul style="list-style-type: none"> → Partner → viele berufliche → nicht ledig → ledig 	<ul style="list-style-type: none"> → über 30 Jahre → Partner → über schulische → nicht berufstätig → ledig 	<ul style="list-style-type: none"> → über 30 Jahre → Partner → über schulische → nicht ledig → ledig
hohe berufliche Orientierung mit Integrationspotential	hohe, aber nicht berufliche Orientierung	hohe, aber nicht berufliche Integrationspotential

Abbildung 2.3
Bewertung deutscher und internationaler Fernsehsender

	Afghanistan	US-Amerikaner	Türken
<p>Deutsche Sender</p> <p>Bewertung der Sender</p> <p>Bewertung spezifischer Sender:</p> <ul style="list-style-type: none"> - M-TP: - eoffest bzw. offener Kanal: - keine Profis, - Infos von deutschen Sendern übernommen. <p>Weitere genaue Sender:</p> <p>RTL SAT.1 n34 ARD N-TV FOX</p> <p>offener Kanal (mit alphanumerischem Programm)</p>	<p>Bewertung der Sender</p> <p>Allgemein:</p> <ul style="list-style-type: none"> - professionell - scheitern ein frühes Bild von den Amerikanern. <p>Bewertung spezifischer Sender</p> <p>ARD / ZDF:</p> <ul style="list-style-type: none"> - fast von Beginn <p>Weitere genaue Sender:</p> <p>ProSieben RTL z-tv</p>	<p>Bewertung der Sender</p> <p>Allgemein:</p> <ul style="list-style-type: none"> - diszipliniert - Schutz der Führungsrolle wird gewahrt - mehrere Erfahrung - stabil - sehr einfach <p>Gemeinsame Sender:</p> <p>ARD z-tv ZDF RTL Arte Phoenix ProSieben</p>	<p>Bewertung der Sender</p> <p>Allgemein:</p> <ul style="list-style-type: none"> - globales Interesse haben - häufige Wiederholungen - Sensationsberichterstattung - einfüßig - Zensur ist schärf - konservativ - einseitig, falsch. <p>Bewertung spezifischer Sender</p> <p>TeFe T:</p> <ul style="list-style-type: none"> - türkischer Staatsfernsehen, - soziale Berichterstattung <p>TRT:</p> <ul style="list-style-type: none"> - türkischer Sender - will reformistisch sein <p>Weitere genaue Sender:</p> <p>StarTV, TRT, ATP, Kanal D, StarTV, TeFe T, TRT, TRT</p>
<p>Internationale Sender</p> <p>Bewertung spezifischer Sender</p> <p>Allgemein:</p> <ul style="list-style-type: none"> - politisch, nicht aufhebend <p>CNN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - informativ, nicht neutral, gefl. left, politisch, - auf Amerika bezogen. <p>Alte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ungenügend - bester Sender <p>BBC:</p> <ul style="list-style-type: none"> - informativ <p>Weitere genaue Sender:</p> <p>Al Jazeera, Deutsche Sender</p>	<p>Bewertung der Sender</p> <p>Allgemein:</p> <ul style="list-style-type: none"> - unterschiedliche Sender sind schneller und profi enantler <p>Bewertung spezifischer Sender</p> <p>CNN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - globale Nachrichten <p>Weitere genaue Sender:</p> <p>ATV</p>	<p>Bewertung der Sender</p> <p>Allgemein:</p> <ul style="list-style-type: none"> - unterschiedliche Sender sind <p>Bewertung spezifischer Sender</p> <p>CNN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - globale Nachrichten <p>Weitere genaue Sender:</p> <p>ATV</p>	<p>Bewertung der Sender</p> <p>Allgemein:</p> <ul style="list-style-type: none"> - globales Interesse haben - häufige Wiederholungen - Sensationsberichterstattung - einfüßig - Zensur ist schärf - konservativ - einseitig, falsch. <p>Bewertung spezifischer Sender</p> <p>TeFe T:</p> <ul style="list-style-type: none"> - türkischer Staatsfernsehen, - soziale Berichterstattung <p>TRT:</p> <ul style="list-style-type: none"> - türkischer Sender - will reformistisch sein <p>Weitere genaue Sender:</p> <p>StarTV, TRT, ATP, Kanal D, StarTV, TeFe T, TRT, TRT</p>

Gesprächsleitfaden für die Gruppendiskussionen zur Medienberichterstattung

Warming Up

Vorstellung des Moderators und der Gesprächsrundenteilnehmer. Hinweise auf die allgemeinen Gesprächsmodalitäten, den Ablauf und auf das Thema der Diskussion.

Wichtig: Klar machen, dass es in der Gesprächsrunde nicht um eine politische oder religiös-weltanschauliche Diskussion geht, sondern ausschließlich um die Medienberichterstattung (Schwerpunkt Fernsehen) nach den Terroranschlägen in den USA am 11. September 2001.

Mediennutzung allgemein

Medien, also Fernsehen, Radio, Internet oder auch Zeitungen und Zeitschriften dienen ja einerseits der Unterhaltung und andererseits der Information. Wenn Sie sich informieren wollen, z. B. über das Tagesgeschehen, also das, was in Ihrer Region, in unserem Land oder in der Welt passiert, was nutzen Sie dann alles? Was schauen, lesen und hören Sie?

Welche Besonderheiten, welche Vor- und Nachteile haben die einzelnen Medienangebote? *(ggf. ansprechen: Aktualität, Anschaulichkeit durch Bilder, Hintergrundinformationen, Mischung aus Information und Unterhaltung, etc.)*

Welche Unterschiede gibt es in der Berichterstattung der einzelnen Medien? *(Hier gezielt auf Zeitung, Radio, Fernsehen und eventuell Internet eingehen)*

Was unterscheidet die Zeitung vom Fernsehen und dem Radio? Wie berichtet das Radio im Vergleich zum Fernsehen? Ist das Internet auch ein Informationsmedium? Wo ist hier der Unterschied im Gegensatz zu den herkömmlichen Medien?

Welches Medium nutzen Sie zur Information am häufigsten? Warum?

Wenn Sie jetzt einmal nur an das Fernsehen denken: Welche Sender schauen Sie alles, wenn Sie sich informieren möchten? Haben Sie so etwas wie einen Hauptinformationssender, also einen Sender, den sie besonders oft und gerne nutzen, wenn es um Information geht? Welcher Sender ist das und warum?

Gibt es auch spezielle Sendungen, die Sie zur Information regelmäßig sehen? *(gezielt nachfragen: Nachrichtensendungen, Magazine, Polit-Talk, Spezialsendungen zu aktuellen Ereignissen)*

Wenn Sie die deutschen Fernsehsender im Bereich Information vergleichen: Gibt es Unterschiede in der Art und in der Qualität der Information zwischen den Sendern? Gibt es Sender, die ähnlich sind und andere, die sich davon unterscheiden? Worin liegen diese Unterschiede? Wie bewerten Sie diese Unterschiede?

Nutzen Sie auch das Angebot ausländischer Sender (CNN, NBC; *bei Türken und Afghanen entsprechende Sender erfragen!*)? Was bieten Ihnen diese Sender Besonderes im Bereich Information, was die deutschen Sender nicht haben?

Mediennutzung nach den Terroranschläge

Jetzt möchte ich mich mit Ihnen über die Medienberichterstattung zu und nach den Terroranschlägen in den USA am 11. September unterhalten. Zwar liegt der 11. September schon einige Monate zurück, aber dennoch haben wir alle die Ereignisse sicher noch gut in Erinnerung.

Erzählen Sie mir doch zuerst einmal, wie Sie damals davon erfahren haben? Was haben Sie zuerst davon gesehen und gehört?

Wenn Sie noch einmal an den 11. September und die Tage danach zurückdenken. An welche Bilder, Szenen oder Beiträge können Sie sich noch erinnern? Was ist Ihnen noch im Gedächtnis geblieben? (*Nacheinander jeden Teilnehmer erzählen lassen! Gegebenenfalls zunächst die Teilnehmer dazu kurz Notizen machen lassen, um "Gruppenmeinung" zu umgehen!*)

Sind Ihnen bestimmte Personen in Erinnerung geblieben (*Akteure, Politiker, Journalisten / Reporter, Moderatoren, Experten*)?

Wie ging es Ihnen dabei, als Sie einzelne Beiträge, Bilder und Nachrichten gesehen haben? An welche Gefühle und Emotionen können Sie sich noch erinnern? Welche Gefühle wurden durch die Berichte ausgelöst? (*Hass, Wut, Angst, Ohnmacht, Empathie, Trauer*)

Erzählen Sie mir doch jetzt etwas genauer, wie Sie sich damals über das Geschehen informiert haben? Welche Medien haben Sie genutzt? (*Rolle des Fernsehen vertiefend ansprechen!*)

In welchem Umfang? (*Teilnehmer der Reihe nach nacherzählen lassen!*)

Haben Sie sich bei diesem Ereignis anders, mit Hilfe anderer Medien informiert als sonst, oder nicht? Wenn ja, was war anders? Was haben Sie stärker / weniger stark genutzt?

Wenn Sie jetzt nur an das Fernsehen denken: Gab es in dieser Zeit einen Sender, den Sie ausschließlich oder zumindest häufiger als andere Sender gesehen haben? Welcher Sender war das und warum?

Haben Sie sich in dieser Zeit andere Sendungen angesehen als normal? (z. B. *Expertenrunden, Spezialsendungen, etc.*)

Funktion und Qualität der Berichterstattung

In solchen internationalen Krisensituationen: Was erwarten Sie sich da vom Fernsehen? Was muss das Fernsehen hier leisten, welche Funktion soll das Fernsehen in solchen Situationen erfüllen? (*Gegebenenfalls ansprechen: Aktuelle Information, Sensationen, Dramatisches / Emotionen / Human-Touch-Stories, Leicht verdaulichel "unterhaltsame" Informationen, Hintergrundinfos, Ausgewogenheit, Hilfe bei der persönlichen Bewältigung / Ängste nehmen, Verständigung zwischen den Nationen / Kulturen / Religionen, etc.*)

Inwieweit haben die Sender diese Erwartungen konkret erfüllt? Was haben sie gut gemacht, was weniger gut?

Wie würden Sie die Berichterstattung im Fernsehen am 11. September und danach beurteilen?

- Generell
- Likes
- Dislikes
- Im zeitlichen Verlauf (zu Beginn ohne Bilder, dann immer dieselben Bilder, wenig aus erster Hand, etc. / wie war die Aufbereitung Tage und Wochen danach? Wie stellte sich die Situation später im Afghanistan-Krieg dar?

Haben Sie das Gefühl gehabt, ausreichend informiert worden zu sein? Oder hat es an Informationen gemangelt? Was hat Ihnen gefehlt? Wie haben das die einzelnen Fernsehsender gehandhabt? Gab es hier Unterschiede?

Wie gut waren die Sender Ihrer Meinung nach auf die Ereignisse vorbereitet? (*diskutieren: keine Korrespondenten vor Ort, wenig Kenntnisse über Land/Kulturen, etc.*)

Wie glaubwürdig waren die Informationen? Wann sind Informationen/Beiträge glaubwürdig für Sie? Was erwarten Sie sich von einer glaubwürdigen Berichterstattung? Gibt es Fernsehsender, die als besonders glaubwürdig gelten? Gibt es welche, die als weniger glaubwürdig gelten? Hat sich dies auch in der Berichterstattung zu den Terroranschlägen gezeigt?

Wie beurteilen Sie die Aktualität der Beiträge? (*Eruieren, ob die Abhängigkeit vom CNN-Material bemerkt wurde!*)

Wie sah das mit den Moderatoren aus? Waren diese kompetent genug, um über die Ereignisse zu berichten? Waren sie gut vorbereitet? Konnten sie die Zuschauer ausreichend über die Ereignisse vor Ort informieren? Haben die Moderatoren versucht, das "Fachchinesisch" für den Zuschauer verständlich zu machen?

Wie sah es mit den Korrespondenten vor Ort aus? Hatten Sie das Gefühl, dass ausreichend Reporter in den betroffenen Ländern waren, um über die Situation zu berichten?

Konnten die gebotenen Informationen untermauert werden in Form von Studiogästen oder Experteninterviews? Inwieweit haben Sie sich dafür interessiert, was die Gäste und Experten beigetragen haben? Inwieweit konnten Sie zur Aufklärung der Geschehnisse beitragen? Können Sie sich noch an besonders gut und interessante Gäste und Experten erinnern? Gab es auch welche, die Ihrer Meinung nach völlig fehl am Platz waren? Haben die Sender Ihrer Meinung nach eher dazu beigetragen, dem Zuschauer die Angst vor den Folgen der Terroranschläge zu nehmen (durch kompetente Informationen) oder haben sie die Angst durch bestimmte Aktionen eher geschürt z. B. durch Zukunftsszenarien / -katastrophen, durch die immer wieder angesprochene Gefahr des Einsatzes biologischer Waffen, etc.?

Haben die deutschen Medien sachlich über die Ereignisse berichtet? Ist es Ihnen gelungen, unparteiisch zu berichten? Haben Sie versucht, vorhandene Vorurteile und "Feindbilder" durch gut recherchierte Informationen abzubauen oder haben sie eher vorhandene Gräben zwischen Nationalitäten und Anhänger verschiedener Kulturen und Religionen vertieft?

Gab es hier Unterschiede zwischen den Medien generell, und im Fernsehen zwischen einzelnen Sendern? (*Hier v. a. auch zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern hinterfragen!*)

Nachfolgende Fragen an die ausländischen Zuschauer direkt stellen, an die deutschen projektiv:

Haben die Medien dazu beigetragen, dass Sie sich als Ausländer in Deutschland verstanden fühlen? Oder ist es eher anders herum? Haben die Berichte eher dazu geführt, dass Sie sich isoliert fühlen? Tragen Sie dazu bei, andere Religionen, Nationalitäten, Kulturen verstehen zu lernen, oder fördern sie gerade Unverständnis und Abgrenzung? (*Gegebenenfalls Unterschiede zwischen einzelnen Medien herausarbeiten!*)

Sender im Vergleich

Wie war eigentlich die Berichterstattung auf den Sendern? War das auf allen Sendern gleich oder gab es Unterschiede? Wo lagen die Unterschiede?

Lassen Sie uns hier über einzelne Sender noch etwas genauer sprechen und darüber, wie sie über die Terroranschläge und ihre Folgen berichtet haben.

Nachfolgende Fragen für die Sender ARD, ZDF, RTL, SAT.1, gegebenenfalls n-tv, CNN, NBC stellen:

- Wie würden Sie die Berichterstattung dieses Senders beschreiben?
- Wenn Sie für die Berichterstattung dieses Senders Schlagworte vergeben sollten, was fällt Ihnen dazu ein?
- Wie wurde berichtet?
- Likes / Dislikes
- Aufbereitung der Ereignisse
- Aktualität der Meldungen und Bilder (oder immer wieder dieselben Bilder ...)
- Qualität
- Glaubwürdigkeit
- Kompetenz der Moderatoren, Journalisten, Korrespondenten, Gäste/ Gesprächspartner, etc.
- Ausgewogenheit / Neutralität / Sachlichkeit / Einseitigkeit
- Hintergrundinformationen / Zusammenhänge verständlich machen

Beurteilung Demo-Material / Programmausschnitte

Jetzt möchte ich Ihnen ein ca. 10-minütiges Video vorspielen, in dem noch einmal Ausschnitte von Berichten verschiedener Sender zu sehen sind. (*Video vorführen!*)

Danach über die Beiträge im einzelnen diskutieren!

Dabei ansprechen:

- Generelle Beurteilung; Likes / Dislikes,
- Machart,
- Art des Beitrages (Human Touch Story, Experten-Interviews, Studiogäste)? Welche Art der Informationsvermittlung finden Sie für sich persönlich am besten?,
- Ausgewogenheit,
- Glaubwürdigkeit und
- Tonalität: welche Gefühle werden angesprochen?

Ausblick in die Zukunft

Wenn wir nun am Ende unserer Gesprächsrunde einen Ausblick in die Zukunft machen wollen. Natürlich kann man nur hoffen, dass es ähnliche Ereignisse wie solche Terroranschläge und den Afghanistan-Krieg in Zukunft nicht mehr geben wird. Aber leider wird es immer wieder schwere internationale Krisen geben. Was sollten die Medien und was sollte speziell das Fernsehen bei zukünftigen Krisen Ihrer Meinung nach beherzigen? Was sollte anders/besser gemacht werden? Was würden Sie persönlich sich wünschen?

(Noch einmal versuchen, jeden Teilnehmer zu Wort kommen zu lassen!)

Rekrutierungsfragebogen

Exemplarisch für die deutschen Teilnehmer:

Guten Tag, mein Name ist... Wir führen zur Zeit eine Umfrage zum Thema "Fernsehen" durch. Wären Sie bereit, mir in diesem Zusammenhang einige kurze Fragen zu beantworten?

1. Wohnen oder arbeiten Sie in (INT.: jeweiligen Testort nennen!) oder in der näheren Umgebung?

ja --> weiter mit F. 2

nein --> Ende!

2. Darf ich Sie fragen, wie alt Sie sind? (INT.: Alter exakt notieren und entsprechenden Code ankreuzen. Quoten beachten!)

Alter.....Jahre

unter 20 Jahre --> Ende!

20-29 Jahre --> weiter mit F. 3

30-39 Jahre --> weiter mit F. 3

40 Jahre und älter --> weiter mit F. 3

3. Geschlecht (INT.: Quoten beachten!)

männlich

weiblich

4. Haben Sie in den letzten 12 Monaten schon einmal an einer Gruppendiskussion bzw. einer Gesprächsrunde oder einem Interview eines Marktforschungsinstitutes teilgenommen?

ja --> Ende!

nein --> weiter mit F. 5

5. Sind Sie oder eine andere Person in Ihrem Haushalt in einer Werbeagentur, beim Rundfunk/Fernsehen, bei einer Zeitung/Illustrierten oder in einem Marktforschungsinstitut tätig?

ja --> Ende!

nein --> weiter mit F. 6

6. Kommen wir jetzt zum Thema Fernsehen - und zwar im speziellen zu Nachrichten und Informationssendungen. Wie oft sehen Sie diese Sendungen auf den folgenden Sendern an?

		Oft / regelmäßig	Hin und wieder	Selten / nie
A	ARD	1	2	3
A	ZDF	1	2	3
B	RTL	1	2	3
B	SAT. 1	1	2	3
B	ProSieben	1	2	3

INT.: QUOTEN BEACHTEN! Die Befragten müssen je zur Hälfte Nutzer des öffentlich-rechtlichen Fernsehens sein (mit A gekennzeichnet) bzw. Nutzer des privaten Fernsehens (mit B gekennzeichnet) sein!

Die Nutzer der mit A gekennzeichneten Sender müssen Code 1 angeben! Ansonsten ENDE!

Die Nutzer der mit B gekennzeichneten Sender müssen Code 1 angeben! Ansonsten ENDE!

7. Welche abgeschlossene Schulausbildung haben Sie bzw. welche Schule besuchen Sie im Moment? (INT.: Quoten beachten!)

Volksschule

Mittel-/Realschule

Gymnasium/Abitur/Fachabitur/Universität/Hochschule

8. Am 2002 führen wir eine Gesprächsrunde zum Thema Fernsehen durch und würden Sie gerne dazu einladen. Sie werden zusammen mit ca. 8 Personen über Medienberichterstattung zu und nach den Terroranschlägen in den USA am 11. September 2001 sprechen. Die Veranstaltung findet in (Testort und exakte Adresse nennen). Hätten Sie Zeit und Lust, an dieser Diskussionsrunde teilzunehmen. Diese Veranstaltung wird circa 2,5 Stunden dauern.

ja --> Einladung aussprechen!

nein --> Ende!

INT.: Wenn ein Befragter zugesagt hat, Adresse und Telefonnummer auf der Teilnahmeerklärung notieren. "Einladungssicherheit" intensiv

Soziodemographische Merkmale der Befragten

Deutsche (insgesamt 18 Befragte)

1. Alter:

18-29 Jahre	1
30-39 Jahre:	7
über 40 Jahre:	10

2. Geschlecht:

männlich:	9
weiblich:	9

3. Schulbildung:

Volksschule:	2
Realschule:	9
Gymnasium:	7

4. Angaben zur Fernsehnutzung:

Nutzung von...	sehr häufig/häufig	hin und wieder	selten/nie
ARD	11	3	4
ZDF	11	2	5
RTL	6	8	4
SAT 1	5	7	6
ProSieben	4	8	6

Amerikaner (insgesamt 19 Befragte)

1. Alter:

18-29 Jahre:	5
30-39 Jahre:	6
über 40 Jahre:	8

2. Geschlecht:

männlich:	13
weiblich:	6

3. Schulbildung:

High School:	5
Junior College:	5
Senior College/University:	9

4. Angaben zur Fernsehnutzung:

Nutzung von... ne Angabe	sehr häufig/häufig	hin und wieder	selten/nie	kei-
ARD	7	8	4	0
ZDF	8	8	3	0
RTL	12	6	0	1
SAT1	9	9	1	0
ProSieben	9	8	0	2
CNN	8	7	4	0
NBC	2	3	14	0
Andere	1	3	15	0

Türken (insgesamt 23 Befragte)

1. Alter:

18-29 Jahre:	5
30-39 Jahre:	4
über 40 Jahre:	14

2. Geschlecht:

männlich:	11
weiblich:	12

3. gelesene Zeitungen:

Akit Gazatesi:	3
Milli Gazette:	5
keine:	15

4. Tägliches beten:

Ja:	8
Nein:	15

5. Regelmäßiger Moscheebesuch:

Ja:	10
Nein:	13

6. Wunsch, nach Mekka zu pilgern:

Ja:	17
Nein:	6

7. Fasten im Ramadan:

Ja:	16
Nein:	7

8. Eigene Einschätzung als gläubig und nach den Regeln des Islam lebend:

Ja:	16
Nein:	7

Afghanen (insgesamt 15 Befragte)

1. Alter:

18-29 Jahre:	7
30-39 Jahre:	3
über 40 Jahre:	5

2. Geschlecht:

männlich:	6
weiblich:	9

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1.1 Struktur der Nachrichtenfaktoren bei den öffentlich-rechtlichen TV-Sendern	9
Abbildung 1.2 Struktur der Nachrichtenfaktoren bei den privaten TV-Sendern ..	10
Abbildung 1.3 Berichterstattung in den wichtigsten Hauptnachrichtensendungen	16
Abbildung 1.4 Medienberichterstattung über die Terror-Anschläge	16
Abbildung 1.5 Medienberichterstattung über den Militäreinsatz	17
Abbildung 2.1 Soziodemographische Beschreibung der Diskussionsrunden	60
Abbildung 2.2 Typologie der Integration nach Weiß / Trebbe	61
Abbildung 2.3 Bewertung deutscher und internationaler Fernsehsender	62
Abbildung 2.4 Mediennutzung in Deutschland lebender Türken 2001	31
Abbildung 2.5 Lieblingsprogramme der in Deutschland lebenden Türken	32
Abbildung 2.6 Angebotspräferenzen der türkischen Fernsehzuschauer	33
Abbildung 2.7 Funktionen der Medienberichterstattung nach dem 11. September 2001	46
Abbildung 2.8 Chronologie der Ereignisse	54

Literaturverzeichnis

Bilke, Nadine (2002): Friedensjournalismus. Wie Medien deeskalierend berichten können. Münster: Agenda.

Brosius, Hans-Bernd (1995): Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Brosius, Hans-Bernd (1998): Politikvermittlung durch Fernsehen. Inhalte und Rezeption von Fernsehnachrichten. In: Klingler, Walter / Roters, Gunnar / Zöllner, Oliver (Hg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen - Akteure - Methoden, Teilband 1. Südwestfunk-Schriftenreihe Medienforschung, Bd.1. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, S. 283-301.

Brown, William J. / Bocarnea, Mihai / Basil, Michael (2003): Fear, Grief, and Sympathy - Responses to the Attacks. In: Greenberg, Bradley S. (Hg.): Communication and Terrorism. Public and Media Responses to 9/11. Cresskill: Hampton Press, S. 245-259.

Debatin, Bernhard (2003): "Plane Wreck with Spectators": Terrorism and Media Attention. In: Greenberg, Bradley S. (Hg.): Communication and Terrorism. Public and Media Responses to 9/11. Cresskill: Hampton Press, S. 163-174.

De Cheveigné, Suzanne (1999): Qualitative approaches to public perception of biotechnology. Paris: Unveröffentlichtes Manuskript.

Diehlmann, Nicole (2003): Journalisten und Fernseh-Nachrichten. In: Ruhrmann, Georg / Woelke, Jens / Maier, Michaela: Der Wert der Nachrichten. Opladen: Leske und Budrich, S. 100-151.

Emmer, Martin / Kuhlmann, Christoph / Vowe, Gerhard / Wolling, Jens (2002): Der 11. September - Informationsverbreitung, Medienwahl, Anschlusskommunikation. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zu einem Ereignis mit extremem Nachrichtenwert. In: Medien Perspektiven 4 / 2002, S. 166-177.

Galtung, Johan / Ruge, Marie H. (1965): The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers. In: Journal of Peace Research 1, S. 64-91.

Gantz, Walter / Greenberg, Bradley S. (1993): Patterns of Diffusion and Information Seeking. In: Greenberg, Bradley S. / Gantz, Walter (Hg.): Desert storm and the Mass Media. Cresskill: Hampton Press, S. 166-181.

Gleich, Ulrich (1996): Neuere Ansätze zur Erklärung von Publikumsverhalten. In: *Media Perspektiven* 11 / 1996, S. 598-606.

Greenberg, Bradley S. / Hofschire, Linda / Lachlan, Ken (2003): Diffusion, Media Use and Interpersonal Communication Behaviors. In: Greenberg, Bradley S. (Hg.): *Communication and Terrorism. Public and Media Responses to 9/11*. Cresskill: Hampton Press, S. 3-16.

Grimm, Jürgen (1996): Informationsleistungen der Medien in Krisenzeiten. Anomalien des Zuschauerhaltens während des Golfkrieges. In: Ludes, Peter (Hg.): *Informationskontexte für Massenmedien. Theorien und Trends*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 227-263.

Hoffner, Cynthia / Fujioka, Yuki / Ibrahim, Amal / Ye, Jiali (2003): Emotion and Coping with Terror. In: Greenberg, Bradley S. (Hg.): *Communication and Terrorism. Public and Media Responses to 9/11*. Cresskill: Hampton Press, S. 229-244.

Hopf, Christel (1978): Die Pseudo-Exploration - Überlegungen zur Technik qualitativer Interviews in der Sozialforschung. In: *Zeitschrift für Soziologie*, 7. Jg., S. 97-115.

Iten, Andreas (1995): Medien und Krieg - Krieg in den Medien. Die Sprache bereitet den Krieg vor. In: Imhof, Kurt / Schulz, Peter (Hg.): *Medien und Krieg - Krieg in den Medien*. Zürich: Seismo Verlag, S. 13-18.

Jones, Steve / Rainie, Lee (2003): Internet Use and the Terror Attacks. In: Greenberg, Bradley S. (Hg.): *Communication and Terrorism. Public and Media Responses to 9/11*. Cresskill: Hampton Press, S. 27-37.

Knott-Wolff, Brigitte (2001): Zwischen Sensationsmache und Propaganda: Über Macht und Ohnmacht der Kriegsberichterstatter. In: Deutsche Welle (Hg.): *"Sagt die Wahrheit: Die bringen uns um!"*: Zur Rolle der Medien in Krisen und Kriegen. DW-Schriftenreihe, Band 3. Berlin: VISTAS Verlag, S. 15-26.

Kornelius, Stefan (2002): Nie zu klären. In: *message 1 / 2002*, S. 8.

Krotz, Friedrich (2002): Inszenierung der Superlative. In: *message 1 / 2002*, S. 18-20.

Kunczik, Michael (1995): Kriegsberichterstattung und Öffentlichkeitsarbeit in Kriegszeiten. In: Imhof, Kurt / Schulz, Peter (Hg.): *Medien und Krieg - Krieg in den Medien*. Zürich: Seismo Verlag, S. 87-104.

Löffelholz, Martin (2001): Neue Schlachtfelder - alter Journalismus?: Bedingungen und Konsequenzen der Kriegskommunikation im Zeitalter globaler Public Relations. In:

Deutsche Welle (Hg.): "Sagt die Wahrheit: Die bringen uns um!": Zur Rolle der Medien in Krisen und Kriegen. DW-Schriftenreihe, Band 3. Berlin: VISTAS Verlag, S. 27-36.

Löffelholz, Martin (2002) Die Forschung boomt / Krisenkommunikation. In: message 1 / 2002, S. 36- 39.

Ludes, Peter (1991): Die Entwicklung von Fernsehnachrichtensendungen. In: Kreuzer, Helmut / Schanze, Helmut: Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland: Perioden - Zäsuren - Epochen, Heidelberg: Carl Winter Universitätsverlag, S. 164-216.

Maddox, Tony (2002): Hundertprozentige Bestätigung. In: message 1 / 2002, S. 9.

Maier, Michaela (2002): Zur Konvergenz des Fernsehens in Deutschland. Ergebnisse qualitativer und repräsentativer Zuschauerbefragungen. Konstanz: UVK.

Maier, Michaela (2003a): Nachrichtenfaktoren - Stand der Forschung. In: Ruhrmann, Georg / Woelke, Jens / Maier, Michaela / Diehlmann, Nicole: Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Opladen: Leske und Budrich, S. 27-50.

Maier, Michaela (2003b): Analysen deutscher Fernsehnachrichten 1992 - 2001. In: Ruhrmann, Georg / Woelke, Jens / Maier, Michaela / Diehlmann, Nicole: Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Opladen: Leske und Budrich, S. 60-98.

Meckel, Miriam (2001): Visualität und Virtualität. Zur medienkulturellen und medienpraktischen Bedeutung des Bildes. In : Knieper, Thomas / Müller, Marion G. (Hg.): Kommunikation visuell. Das Bild als Forschungsgegenstand - Grundlagen und Perspektiven. Köln: von Halem, S. 25-36.

Metzger, Jan / Oehmichen, Ekkehardt (2000): Qualitätssteuerung im hessen fernsehen. Strategie, Verfahren und erste Erfahrungen. In: Media Perspektiven 5 / 2000, 207-212.

Meyn, Hermann (2001): Aus Fehlern gelernt? Kriegsberichterstattung als Herausforderung des Journalismus und seiner Ethik. In: Deutsche Welle (Hg.): "Sagt die Wahrheit: Die bringen uns um!": Zur Rolle der Medien in Krisen und Kriegen. DW-Schriftenreihe, Band 3. Berlin: VISTAS Verlag, S. 105-113.

Miroschnikoff, Peter (2001): Die beste Lebensversicherung ist Teamwork. In: Deutsche Welle (Hg.): "Sagt die Wahrheit: Die bringen uns um!": Zur Rolle der Medien in Krisen und Kriegen. DW-Schriftenreihe. Band 3. Berlin: VISTAS Verlag, S. 37-46.

Müller, Leo (2002): Stotternde Medienmaschine. In: message 1/2002, S. 54-57.

Östgaard, Einar (1965): Factors Influencing the Flow of News. In: *Journal of Peace Research* 2, S. 39-63.

Perse, Elizabeth / Signorielli, Nancy / Courtright, John / Samter, Wendy / Caplan, Scott / Lambe, Jennifer / Cai, Xiaomei (2002): Public Perceptions of Media Functions at the Beginning of the War on Terrorism. In: Greenberg, Bradley S. (Hg.): *Communication and Terrorism. Public and Media Responses to 9/11*. Cresskill: Hampton Press, S. 39-52.

PEW Research Center (2001): Attack at home draws more interest than war abroad., www.peoplepress.org, 22.10.2001.

Predelli, Ulrich (1995). *Wie fremd sind uns Fremde?* Berlin: VISTAS Verlag.

Richter, Simone (1999): *Journalisten zwischen den Fronten. Kriegsberichterstattung am Beispiel Jugoslawien*. Opladen / Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Roeser, Jutta / Schaefer, Gudrun (2003): Media Use in Germany Around the Attacks in the United States. In: Greenberg, Bradley S. (Hg.): *Communication and Terrorism. Public and Media Responses to 9/11*. Cresskill: Hampton Press, S. 85-97.

Rosengren, Karl Erik (1987): The Comparative Study of News Diffusion. In: *European Journal of Communication* 2, S. 227-255.

Roth, Thomas (2001): "Sagt die Wahrheit: Die bringen uns um!". *Der Tschetschenienkrieg oder Strategien zur Unterdrückung der Wahrheit*. In: Deutsche Welle (Hg.): "Sagt die Wahrheit: Die bringen uns um!": Zur Rolle der Medien in Krisen und Kriegen. DW-Schriftenreihe Band 3. Berlin: VISTAS Verlag, S. 47-61.

Ruggiero, Tom / Glascock, Jack (2003): Tracking Media Use and Gratifications. In: Greenberg, Bradley S. (Hg.): *Communication and Terrorism. Public and Media Responses to 9/11*. Cresskill: Hampton Press, S. 65-74.

Ruhrmann, Georg / Woelke, Jens / Maier, Michaela / Diehlmann, Nicole (2003): *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren*. Opladen: Leske und Budrich.

Sande, Øystein (1971): The Perception of Foreign News. In: *Journal of Peace Research* 8, S. 221-237.

Schnell, Rainer / Hill, Paul B. / Esser, Elke (1999): *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 6. erw. Auflage. München: Oldenbourg.

Schröder, Dieter (2002): Krieg verdirbt die Sitten. In: *message 1 / 2002*, S. 10-13.

Seeger, Matthew W. / Vennette, Steven / Ulmer, Robert R. / Sllnow, Timothy L. (2003): Media Use, Information Seeking and Reported Needs in Post Crisis Contexts. In: Greenberg, Bradley S. (Hg.): *Communication and Terrorism. Public and Media Responses to 9/11*. Cresskill: Hampton Press, S. 53-63.

Smith, Stacy L. / Moyer, Emily / Boyson, Aaron R. / Pieper, Katherine M. (2003): Parents' Perceptions of Children's Fear Responses. In: Greenberg, Bradley S. (Hg.): *Communication and Terrorism. Public and Media Responses to 9/11*. Cresskill: Hampton Press, S. 193-208.

Snyder, Leslie B. / Park, Crystal L. (2003): National Studies of Stress Reactions and Media Exposure to the Attacks. In: Greenberg, Bradley S. (Hg.): *Communication and Terrorism. Public and Media Responses to 9/11*. Cresskill: Hampton Press, S. 177-192.

Spasovska, Verica (2001): Friedensberichterstattung. Wie Berichte vom Krieg Brücken bauen können. In: Deutsche Welle (Hg.): "Sagt die Wahrheit: Die bringen uns um!": Zur Rolle der Medien in Krisen und Kriegen. DW-Schriftenreihe Band 3. Berlin: VISTAS Verlag, S. 123-133.

Spirek, Melissa M. / Fitzpatrick, Colleen/Bridges, Constance R. (2003): Tracking Media Consumption Among Monitors and Blunters. In: Greenberg, Bradley S. (Hg.): *Communication and Terrorism. Public and Media Responses to 9/11*. Cresskill: Hampton Press, S. 75-84.

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

Stauth, Arnim (2002): "Die hätten uns getötet". In: *message 1 / 2002*, S. 14-16.

Stempel, Guido H. / Hargrove, Thomas (2003): Media Sources of Information and Attitudes About Terrorism. In: Greenberg, Bradley S. (Hg.): *Communication and Terrorism. Public and Media Responses to 9/11*. Cresskill: Hampton Press, S. 17-26.

Step, Mary M. / Finucane, Margaret O. / Horvath, Cary W. (2003): Emotional Involvement in the Attacks. In: Greenberg, Bradley S. (Hg.): *Communication and Terrorism. Public and Media Responses to 9/11*. Cresskill: Hampton Press, S. 261-273.

Wabnitz, Bernhard (2002): Recherche und Gegenrecherche. In: *message 1 / 2002*, S. 9.

Weiß, Hans-Jürgen / Trebbe, Joachim (2001): Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Potsdam: GöfaK.

Williams, Steve (2002): Informationen aus erster Hand. In: message 1 / 2002, S. 8.

Wolf, Fritz (2002): Mit einem blinden Instrument. In: message 1 / 2002, S. 42-43.

Yildiz, Erol (1999): Fremdheit und Integration. Hamburg: Lübbe.

Kontakt

Universität Hohenheim
Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft und Journalistik
Dr. Michaela Maier
Fruwirthstrasse 49
70599 Stuttgart
Tel: 0711 – 459 41 88
Fax: 0711 – 459 34 29
e-Mail: mmaier@uni-hohenheim.de
<http://www.media.uni-hohenheim.de>

Das vorliegende Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes ist ohne Zustimmung der Autoren unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mirkoverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.