

**Frames und Stereotypen in der
Berichterstattung über Ostdeutschland –
Eine Inhaltsanalyse von west- und ostdeutschen
Tageszeitungen**

Wissenschaftliche Hausarbeit
zur Erlangung des akademischen Grades eines
Master of Arts
der Universität Hamburg

vorgelegt von

Pia Seitler

Matrikelnummer: 7093857

geb. in Schwäbisch Gmünd

Hamburg, 25. November 2020

Erstgutachter: Prof. Dr. Volker Lilienthal

Zweitgutachterin: Dr. Jessica Kunert

Studiengang: M.A. Journalistik und Kommunikationswissenschaft

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung und Relevanz	1
2	Theoretische Grundlagen	4
2.1	Systemtheorie als theoretische Basis	4
2.2	Journalismus als Funktionssystem der Gesellschaft	5
2.2.1	Integrationsfunktion des Journalismus	6
2.3	Journalismus als Wirklichkeitskonstruktion	8
2.3.1	Soziale Verantwortung im Journalismus	11
3	Forschungsansätze und konzeptionelle Grundlagen	13
3.1	Die Macht der Worte	13
3.2	Frames und Framing	15
3.2.1	Frames im Massenkommunikationsprozess	16
3.3	Stereotype	21
3.3.1	Sozialpsychologische Grundlagen der Stereotypenforschung	22
3.3.2	Stereotype Content Model	24
3.3.3	Kommunikationswissenschaftliche Stereotypenforschung	26
3.3.4	Stereotype Bewertungen und Framing	27
4	Empirische Bestandsaufnahme	28
4.1	Studien über Ostdeutschland	28
4.2	Die Ostdeutschen in den Medien	31
5	Untersuchungsinteresse und methodisches Vorgehen	36
5.1	Forschungsfragen und Hypothesen	36
5.2	Untersuchungsdesign	39
5.2.1	Auswahl- und Zugriffskriterien	39
5.2.2	Entwicklung des Kategoriensystems	44
5.2.3	Inhaltsanalytische Gütekriterien	47
6	Ergebnisse	49
6.1	Medien-Frames	50
6.1.1	Hypothesen-Komplex 1: Frame-Elemente in der Berichterstattung	50
6.1.2	Hypothesen-Komplex 2: Unterschiede der Frame-Elemente	52
6.1.3	Clusteranalyse zur Frame-Identifikation	54
6.1.4	Unterschiede der themenspezifischen Medien-Frames	61
6.2	Stereotype Bewertungen	62

6.2.1	Hypothesen-Komplex 3: Stereotype Bewertungen.....	63
6.2.2	Hypothesen-Komplex 4: Unterschiede der stereotypen Bewertungen	64
7	Reflexion.....	66
8	Fazit	69
	Literaturverzeichnis.....	73

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Massenkommunikationsprozess (Vereinfachte eigene Darstellung angelehnt an Dahinden, 2006, S. 59).....	17
Abb. 2: Die basalen Einheiten der Textanalyse (Hafez, 2002, S. 50).....	27

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Vorläufige Artikelanzahl in den zu untersuchenden Medien.....	42
Tabelle 2: Finale Artikelanzahl in den zu untersuchenden Medien.....	43
Tabelle 3: Übersicht Kategoriensystem	45
Tabelle 4: Frame-Element Problemdefinition.....	50
Tabelle 5: Frame-Element Verantwortungszuschreibung.....	51
Tabelle 6: Frame-Element Handlungsaufforderung und Adressat.....	52
Tabelle 7: Frame-Element Bewertung	52
Tabelle 8: Folgen der Wiedervereinigung und Adressat Politik.....	53
Tabelle 9: Mittelwerte der Variablen im Cluster in westdeutschen Tageszeitungen.....	55
Tabelle 10: Mittelwerte der Variablen im Cluster in ostdeutschen Tageszeitungen	58
Tabelle 11: Stereotype Bewertung in Tageszeitung.....	62
Tabelle 12: Bewertung Dimension Kompetenz	64
Tabelle 13: Abwertende Bewertung und zitierter Akteur	65

1 Einleitung und Relevanz

Im Oktober 1990 wurde mit dem Beitritt der Deutschen Demokratischen Republik (DDR) zur Bundesrepublik Deutschland (BRD) die Einheit Deutschlands „in freier Selbstbestimmung“ vollendet. So steht es in der Präambel des Grundgesetzes. Das Jubiläum des Mauerfalls und die Landtagswahlen rückten 2019 den Osten Deutschlands, also jene fünf Bundesländer auf dem Gebiet der ehemaligen DDR, in den Mittelpunkt des Interesses zahlloser Berichte. Steffen Winter (2019) versuchte, in der Spiegel-Reportage „So isser, der Ossi“ einen Blick in die „ostdeutsche Seele“ zu werfen (S. 12). Nina Behlendorf zeigte in einer Dokumentation, dass sich die Menschen im Osten „abgehängt und abgeschrieben“ fühlen und Anne Will fragte in ihrer ARD-Reportage, wie sich die Lebensverhältnisse in Ostdeutschland auf den Wahlausgang der Landtagswahlen ausgewirkt haben, bei denen die AfD fast ein Viertel aller Wähler für sich gewinnen konnte.

Die Medienberichterstattung über Ostdeutschland zeige selten ein differenziertes Bild, moniert Johannes Hillje auf Zeit Online (2019). Begriffe wie „Hass“, „Armut“ und „abgehängt“ tauchen laut einer Datenauswertung immer häufiger auf (Jacobs et al., 2019) und zu den ostdeutschen Stereotypen gehören Eigenschaften wie „fremdenfeindlich“ und „unzufrieden“ (Belke, 2009). Die Journalistin Valerie Schönian geht noch einen Schritt weiter und kritisiert generell, Ostdeutschland zum Thema zu machen und nie in vergleichbarer Weise über Westdeutschland zu berichten (Bigalke & Richter, 2009). Der Blick auf den Osten ist zudem häufig der eines Fremden, denn alle überregionalen Zeitungen werden im alten Westen produziert, stellt Hillje fest. Auch der Soziologe Thomas Ahbe sieht strukturelle Probleme in der deutschen Medienlandschaft: Selbst ostdeutsche Lokalzeitungen gehörten keinen Ostdeutschen (Bigalke & Richter, 2009).

Eine Studie des Berlin-Instituts für Bevölkerung und Entwicklung zeigt gleichzeitig, dass die Unterschiede zwischen Ost und West zu verschwinden scheinen. Für die Nachwengeneration spiele es kaum mehr eine Rolle, ob sie im ehemaligen Ost- oder Westdeutschland geboren seien (Dähner et al., 2020, S. 4). „Die Situation im Osten ist viel besser als ihr Ruf“, sagte der damalige Ostbeauftragte der Bundesregierung, Christian Hirte (Ostbeauftragter: Situation im Osten viel besser als ihr Ruf, 2019). Zudem holt Ostdeutschland seit Jahren auf, was Beschäftigungsquote, Wirtschaftskraft und Einkommen betrifft (BMW, 2019, S. 21).

Hinken deutsche Medien in ihrer Berichterstattung dem Wiedervereinigungsprozess also hinterher? Im Jahr 2020, 30 Jahre nach der Wiedervereinigung, bemüht sich die Medienbranche mit Klischees und Vorurteilen über Ostdeutschland und die Ostdeutschen aufzuräumen. Zeit Online geht in einem Podcast der Frage nach: Wie war das im Osten? Und in einem multimedialen Projekt zeigen rbb und MDR, was es heißt Ostdeutscher zu sein und welche Erfahrungen die Generationen prägen. Haben die Medien zu lange mitgemacht beim sogenannten Ost-Bashing? So lautet zumindest der Vorwurf ostdeutscher Journalistinnen, die deutschen Medien ein mangelndes „Bewusstsein für moderne Ostdeutschland-Berichterstattung“ attestieren (Reimann & Schrön, 2019).

Mit ihrer Berichterstattung konstruieren Medien Wirklichkeit (Luhmann, 2017; Pörksen 2016), woraus sich gleichzeitig eine Verantwortung für Journalisten¹ ergibt. Medien sind mit ihrem Sprachgebrauch auch an der Entstehung und Verbreitung von Stereotypen beteiligt, die sich auf das Verhalten auswirken können (Thiele, 2015). Sprache kann unser Denken und unser Handeln bestimmen (Wehling, 2016), weshalb sie immer wieder kritisch hinterfragt werden muss. Die bisherige Forschung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen in den Medien fußt auf alten Daten (Reiher, 2008; Ahbe, 2009; Belke, 2009; Kolmer, 2009; Wedl, 2009; Pates, 2013) oder identifiziert lediglich einzelne Worte und Themen (Jacobs et al., 2019). Das Jubiläum des Mauerfalls und die Wahlen waren 2019 Anlass, häufig über Ostdeutschland und die Ostdeutschen zu informieren. Gleichzeitig standen eben diese Nachrichten, Reportagen und Dokumentationen in der Kritik. Eine Analyse der Berichterstattung ist daher gerade zum jetzigen Zeitpunkt interessant und relevant.

Ziel ist es, die bisherige Forschung zur Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen um aktuelle Erkenntnisse zu ergänzen. Um herauszufinden, ob die erwähnte Kritik berechtigt war, wird untersucht welche Berichterstattungsmuster und Stereotype in der Berichterstattung im Jahr 2019 auftauchen. Dabei werden potenzielle Unterschiede zwischen ost- und westdeutschen Tageszeitungen in den Blick genommen.

¹ In dieser Arbeit wird aufgrund der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Weibliche und andere Geschlechteridentitäten werden dabei ausdrücklich mitgemeint.

Die Forschungsarbeit stellt zunächst die theoretischen Grundlagen vor, die der vorliegenden Untersuchung journalistischer Berichterstattung zugrunde liegen ([Kap. 2](#)). Anschließend werden die für die empirische Analyse relevanten Forschungsansätze detailliert beschrieben. Hierfür wird die Macht der Worte kurz erläutert ([Kap. 3.1](#)), bevor ein Einblick in die Framing- und Stereotypenforschung gegeben wird ([Kap. 3.2](#) und [3.3](#)). In den beiden Kapiteln werden zunächst die für die Forschungsarbeit zentralen Begriffe „Frame“ und „Stereotype“ näher bestimmt, bevor anschließend die Möglichkeiten zur empirischen Erfassung von Medien-Frames und Stereotypen dargelegt werden ([Kap. 3.2.1](#) und [3.3.2](#)). Zudem wird beschrieben, weshalb die Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen auf beides hin untersucht wird ([Kap. 3.3.4](#)). In [Kapitel 4](#) folgt eine empirische Bestandsaufnahme der Daten, die bereits über Ostdeutschland erhoben wurden und Studien, die sich mit der Darstellung der Ostdeutschen in den Medien beschäftigen. Anschließend wird das Ziel der Forschung skizziert ([Kap. 5](#)). Vier Forschungsfragen werden formuliert und für jede Forschungsfrage Hypothesen aufgestellt ([Kap. 5.1](#)). Danach werden die Wahl der Methode ([Kap. 5.2](#)), Auswahl- und Zugriffskriterien ([Kap. 5.2.1](#)) sowie die Entwicklung des Kategoriensystems ([Kap. 5.2.2](#)) und die Prüfung des Messinstruments ([Kap. 5.2.3](#)) erläutert. Das sechste Kapitel gliedert sich in zwei Blöcke: Im ersten werden die einzelnen Hypothesen überprüft, die sich auf Medien-Frames in der Berichterstattung beziehen und Medien-Frames in west- und ostdeutschen Medien identifiziert ([Kap. 6.1](#)). Im zweiten Block stehen die Hypothesen zu stereotypen Bewertungen im Fokus ([Kap. 6.2](#)). Abschließend folgt eine kritische Reflexion der methodischen Vorgehensweise ([Kap. 7](#)), bevor im letzten Kapitel die Ergebnisse eingeordnet werden und ein Ausblick für weitere Forschung gegeben wird ([Kap. 8](#)).

2 Theoretische Grundlagen

Das folgende Kapitel stellt zunächst die theoretischen Grundlagen der Arbeit vor, um journalistische Berichterstattung untersuchen zu können. Auf Basis der Systemtheorie wird das Funktionssystem Journalismus näher beschrieben und der systemtheoretische Ansatz um die konstruktivistische Sichtweise ergänzt. Diese Modellierungen bilden den Ausgangspunkt, um anschließend die Verantwortung von Journalisten zu diskutieren.

2.1 Systemtheorie als theoretische Basis

Die theoretische Basis dieser Arbeit bildet die funktional-strukturelle Systemtheorie Luhmanns. Sie stellt laut Willke das „expansivste Paradigma“ der Sozialwissenschaften dar (zitiert nach Kohring, 2016, S. 165). In der Journalismusforschung hat sich insbesondere die Systemtheorie aus einer Vielzahl an theoretischen Ansätzen etabliert, da sie es ermöglicht, „die Komplexität von Journalismus zu erfassen“ (Blöbaum, 2016, S. 152). Es können Handlungen im Journalismus, wie die Bearbeitung und Vermittlung von Information, analysiert werden (ebd.). Da dies für die vorliegende Untersuchung von besonderer Bedeutung ist, bildet Luhmanns Systemtheorie und sein System/Umwelt-Paradigma den theoretischen Rahmen dieser Arbeit.

Während Autoren sozialwissenschaftlicher Literatur häufig von „Massenmedien“ schreiben, fokussiert sich die vorliegende Analyse, wie von Blöbaum (2016) angeregt, auf den Terminus „Journalismus“ (S. 152). Hierbei geht es „primär um die redaktionell hergestellten, nach journalistischen Regeln und Routinen sowie von Journalisten produzierten Medieninhalte“, die im Zentrum des Forschungsinteresses liegen (ebd.). Der Begriff „Massenmedien“ hingegen stellt mehr die technischen Mittel, die zur „Verbreitung von Kommunikation“ genutzt werden, in den Mittelpunkt (Luhmann, 2017, S. 10). Auch Kohring (2016) führt aus, weshalb Journalismus nicht mit dem Begriff „Massenmedien“ gleichgesetzt werden kann. So muss doch die „Art der Verbreitung von dem unterschieden werden, was verbreitet (mitgeteilt) wird“ (S. 170). Im Vergleich zu anderen theoretischen Ansätzen steht in der Systemtheorie nicht das Handeln eines Individuums mit seinen Handlungen und Entscheidungen im Mittelpunkt des Interesses, sondern übergeordnete Systeme, die sich über ihre Funktion für die Gesellschaft definieren (Löffelholz

et al., 2004, S. 181). Im Folgenden soll daher auf die Funktion des Systems Journalismus näher eingegangen werden.

2.2 Journalismus als Funktionssystem der Gesellschaft

Die hier verwendete Sichtweise betrachtet, angelehnt an die Systemtheorie nach Luhmann, Journalismus als soziales System der Gesellschaft, das strukturell mit anderen gesellschaftlichen Systemen gekoppelt ist (Blöbaum, 2016, S. 151; Scholl & Weischenberg, 1998, S. 29). Ein soziales System hat nach Luhmann (2005) „die Funktion der Erfassung und Reduktion von Komplexität“ (S. 147). Die Funktion des sozialen Systems Journalismus besteht nach Weischenberg (2004) darin, „Themen aus den diversen sozialen Systemen (der Umwelt) zu sammeln, auszuwählen, zu bearbeiten und dann diesen sozialen Systemen (der Umwelt) als Medienangebote zur Verfügung zu stellen“ (S. 42). Auch Blöbaum (2016) beschreibt die Funktion des Systems Journalismus ähnlich, nämlich „Informationen aktuell zur öffentlichen Kommunikation zu vermitteln.“ (S. 154). Seit dem 17. Jahrhundert differenziert sich das System Journalismus parallel zur Differenzierung der modernen Gesellschaft in eigenständige Ressorts, in journalistische Rollen (vertikal in Chefredakteur, Ressortleiter, Redakteur und horizontal in beispielsweise Wirtschafts- und Lokalredakteur) und Programme (Darstellungsformen, wie Nachricht oder Interview). Dies geschieht, um die wachsende Menge an Informationen zu strukturieren. „Journalismus trägt damit zur zeitlichen, sozialen und sachlichen Synchronisation, Selbstbeobachtung und Integration der Gesellschaft bei“ (Blöbaum, 2016, S. 155).

Kohring und Görke identifizieren in ihren Arbeiten „Öffentlichkeit“ als das zu beobachtende Funktionssystem. Funktionssysteme strukturieren sich in Leistungssysteme, um ihre Funktion zu erfüllen. Journalismus bezeichnen sie dabei als Leistungssystem des Funktionssystems Öffentlichkeit. Die auch von Blöbaum (2016, S. 155) beschriebene Differenzierung der Gesellschaft hat laut Kohring (2016) zu „komplexen gegenseitigen Abhängigkeits- und Beeinflussungsverhältnissen geführt. (Interdependenzen)“ (S. 171). Aus diesem Grund hat sich ein eigenes Funktionssystem namens „Öffentlichkeit“ ausdifferenziert, um die Gesellschaft zu synchronisieren (Görke, 2014, S. 38). Das heißt, es werden Ereignisse aus Teilsystemen des Systems Öffentlichkeit aufgegriffen und allen anderen zugänglich gemacht. Journalismus ist dabei das wichtigste Leistungssystem des Funktionssystems Öffentlichkeit, das ausschließlich über Ereignisse mit Mehrsystem-

zugehörigkeit kommuniziert. Es wird über ein Ereignis berichtet, weil es in mehr als einem System Resonanzen auslösen könnte (Kohring, 2016, S. 172). Görke (1999) kritisiert in seinem Theorieentwurf den Begriff „Mehrsystemzugehörigkeit“ und weist auf eine notwendige stärkere Betrachtung der zeitlichen Dimension hin, die seiner Ansicht nach „die öffentliche/journalistische Operationsweise markant von anderen Funktionssystemen unterscheidet.“ (S. 312).

Massenmedien, Journalismus und Öffentlichkeit sind somit Funktionssysteme, die je nach Autor identifiziert werden, wenn es darum geht, Journalismus in der Systemtheorie zu verorten. Um ein Funktionssystem klar von anderen Funktionssystemen abzugrenzen, werden jeweils entsprechende binäre Codes zugeschrieben. Damit kann die jeweilige Funktion klar identifiziert werden. Während sich das jeweils identifizierte Funktionssystem nach Blöbaum (2016, S. 154) und Luhmann (2017, S. 29) durch den Code „Information/Nichtinformation“ von seiner Umwelt abgrenzt, ist es nach Kohring (1997, S. 251) „mehrsystemzugehörig/ nicht mehrsystemzugehörig“ und nach Görke (1999, S. 313) und Weischenberg (1995, S. 110) „aktuell/nicht aktuell“.

2.2.1 Integrationsfunktion des Journalismus

Der Begriff Integration taucht immer wieder im Zusammenhang mit Medien, Massenkommunikation und Journalismus auf und wird vielfach diskutiert: Fordert die zunehmende Differenzierung der Gesellschaft eine Integration der in immer mehr Teilsysteme zersplitterte Gesellschaft? Können die Massenmedien diesen Bedarf an gesellschaftlicher Integration decken? Welche Rolle spielt der Journalismus dabei? Da sich die vorliegende Arbeit im weitesten Sinne mit der Darstellung verschiedener Teile einer Gesellschaft beschäftigt und bei Forschungsarbeiten wie diesen immer wieder die Frage nach der Integrationsfunktion des Journalismus aufkommt, soll diese nun kurz umrissen werden.

Der vermutlich über die Grenzen der Kommunikationswissenschaft hinaus bekannteste Zusammenhang von Medien und Integration hat das Bundesverfassungsgericht 1971 in seinem zweiten Rundfunkurteil formuliert: „Die Rundfunkanstalten stehen in öffentlicher Verantwortung und erfüllen, indem sie Aufgaben öffentlicher Verwaltung wahrnehmen, zugleich integrierende Funktionen für das Staatsganze“ (BVerGE 31, 314 (329)). Ronneberger (1964) schrieb zuvor Massenkommunikationsmittel in seiner Arbeit „eine zu-

nehmende Bedeutung als Integrationsfaktoren“ zu und setzte die Integrationsfunktion damals auf die politische Agenda (S. 296, zitiert nach Vlastic, 2004, S. 51). Ronneberger (1985) beschreibt später die Integrationsleistung von Massenkommunikation als wesentlichen Bestandteil der gesellschaftlichen Integrationsfunktion, merkt allerdings an, dass sich die Frage nach der Steuerbarkeit medialer Kommunikation nur schwer beantworten lässt (S. 14 f.). Nach Ronneberger haben sich weitere Wissenschaftler mit der Integrationsfunktion beschäftigt. Als ebenfalls weitverbreitet gilt in diesem Zusammenhang die Formulierung Rühls: „Ohne Massenkommunikation keine kommunikative Integration evolvierender Gesellschaften“ (1985, S. 23). Allerdings sieht er ein Minimum an gemeinsamer Orientierung für Massenkommunikation und für andere gesellschaftliche Funktionssysteme als Voraussetzung an und postuliert, dass optimale Integration (etwa durch umfassende Informationsleistungen) nicht realistisch sei, da sie in anderen Funktionssystemen „zusätzliche Belastungen“ und „desintegrative Folgen“ nach sich ziehen würde (Rühl, 1985 S. 25 f.). Das Medienangebot weitet sich seit der Etablierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks stetig aus. Zur Diskussion um die Integrationsfunktion gehört daher auch die Frage, inwieweit diese Entwicklung die Existenz einer gemeinsamen Öffentlichkeit gefährdet. Die Vervielfachung des Medienangebots führe zu einer Fragmentierung des Publikums, so die These, so dass nicht mehr alle dasselbe Fernsehprogramm nutzen und sich am kommenden Tag darüber unterhalten können (Vlastic, 2004, S. 52). Auch gesellschaftliche Entwicklungen, wie die deutsche Vereinigung, werfen die Frage nach der Integrationsfunktion der Massenmedien auf, wurden doch die hohen Erwartungen an das Fernsehen hier nur zum Teil erfüllt (Schwarzkopf, 1991; Hall, 1992; Schönbach, 1992; Holtz-Bacha, 1997, zitiert nach Vlastic, 2004, S. 53).

Kommunikationswissenschaftliche Medienwirkungsforschung, wie die Kultivierungshypothese² oder die Theorie der Schweigespirale³ lässt sich unter der Perspektive der Integrationsfunktion betrachten. Dabei und bei den bereits kurz vorgestellten Sichtweisen von Ronneberger und Rühl wird vielmehr das System Massenmedien und nicht das des Jour-

² Die Kultivierungsforschung wurde durch George Gerbner begründet und befasst sich mit dem Einfluss von Fernsehen auf die Einstellungen der Zuschauer. Die Kultivierungshypothese besagt, dass Personen, die viel fernsehen, die Realität eher so wahrnehmen, wie sie im Fernsehen dargestellt wird (Gerbner & Gross, 1976).

³ Elisabeth Noelle-Neumann postulierte Anfang der 1980er-Jahre in ihrer Theorie, dass Menschen einschätzen, welche Meinungen in ihrem Umfeld vorherrschen und ihre eigene Meinung verschweigen, wenn sie nicht der Mehrheitsmeinung entspricht (Noelle-Neumann, 1980).

nalismus beschrieben. Weiter noch bleibt die Rolle des Journalismus unklar. Auch verwenden Vertreter systemtheoretischer Ansätze den Integrationsbegriff nur selten, um Funktionen und Leistungen gesellschaftlicher Teilsysteme wie das des Journalismus zu beschreiben. Kohring, Görke und Ruhrmann halten es für nicht plausibel, dass gerade der Journalismus eine „gesellschaftlich bindende und dadurch integrative Selbstbeobachtung der Gesellschaft hervorbringen sollte“ (zitiert nach Hanitzsch, 2004, S. 220), wenn auch Blöbaum (2016) in seinen Ausführungen dem Journalismus zuschreibt zur „Integration der Gesellschaft“ beizutragen (s. [Kap. 2.2](#)). Sie sind sich allerdings einig, dass der Journalismus auf die Differenzierung der Gesellschaft ebenfalls mit einer Ausdifferenzierung seines Angebots reagiert. Inwiefern dies nun dafür spricht, dem Journalismus überhaupt keine Integrationsfunktion zuzuschreiben, oder es nur Einfluss auf jene integrierende Wirkung hat, kann im Rahmen dieser Arbeit nicht erschöpfend geklärt werden.

2.3 Journalismus als Wirklichkeitskonstruktion

Wie im vorherigen Kapitel beschrieben, sammeln und bearbeiten Journalisten Themen und vermitteln sie zur öffentlichen Kommunikation. Dabei bilden sie nicht die Wirklichkeit in den Nachrichten ab, sondern konstruieren eine eigene Fassung der Wirklichkeit. Davon gehen zumindest die Vertreter des Ansatzes des Konstruktivismus aus, der ebenfalls zu den theoretischen Grundlagen der vorliegenden Arbeit gehört und den das folgende Kapitel näher ausführt. Ziel konstruktivistischer, wie systemtheoretischer Autoren ist es, „Beobachter [...] zu beobachten und die Art und Weise ihrer Realitätskonstruktionen nachzuvollziehen.“ (Pörksen, 2000, S. 132). Während Systemtheoretiker, wie bereits erwähnt (s. [Kap. 2.1](#)), Funktionssysteme als Beobachtungseinheit wählen, beziehen sich Konstruktivisten indes primär auf das Handeln eines Individuums. Trotz dieses Unterschieds gibt es auch diverse Gemeinsamkeiten, weshalb das folgende Kapitel aufzeigt, wie beide Paradigmen verbunden werden können und weshalb dies sinnvoll und nützlich sein kann, gerade, wenn es um die Medienethik und die Verantwortung der Journalisten geht.

Der Konstruktivismus ist keine einheitliche Denkrichtung, sondern vielmehr ein Diskurs, weshalb sich alle Aussagen der genannten Autoren auf ihren spezifischen konstruktivistischen Ansatz beziehen und nicht auf den einen generellen Konstruktivismus. Zu den Vorläufern des Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft zählen laut Scholl

(2011) Lippmann, Rühl und Luhmann. Als einen der ersten Vertreter eines enger gefassten Konstruktivismusverständnis nennt Scholl den Kommunikationswissenschaftler Winfried Schulz. Schulz benennt 1989 zwei Positionen in der Kommunikationswissenschaft, die über Realität und Medien Aussagen treffen: Die „ptolemäische“ Tradition besagt, dass Massenmedien die Aufgabe haben, Realität widerzuspiegeln, das heißt, Wirklichkeit abzubilden, wie sie ist. In dieser Vorstellung sind Massenmedien passive Realitätsvermittler (S. 140). In der „kopernikanischen“ Vorstellung hingegen gibt es keinen Gegensatz zwischen Gesellschaft und Massenmedien. Schulz vertritt die „kopernikanische“ Auffassung und beschreibt Medien als „aktives Element in dem sozialen Prozess, aus dem eine Vorstellung von Wirklichkeit hervorgeht.“ (S. 142). Sie selektieren und interpretieren Ereignisse, nehmen damit Teil am Konstruieren einer Realität und machen diese öffentlich zugänglich (ebd.). Als Modell, das aus einer „kopernikanischen“ Sichtweise die Wirkung von Massenmedien erklärt, nennt Schulz das „Framing Model“ von Goffman (1974). Es betone die aktive Rolle der Medien, die Situationsdefinitionen konstruieren. Hierauf wird im [Kapitel 3.2](#) näher eingegangen.

Als Begründer des Radikalen Konstruktivismus gilt Ernst von Glasersfeld. Diesen Ansatz greift Schmidt auf, der im Sinne des Radikalen Konstruktivismus einen fundamentalen Paradigmenwechsel in der Nachrichtenforschung forderte. Sein Vorschlag wurde heftig diskutiert und hatte dabei weitreichende Konsequenzen: Mit dem Funkkolleg „Medien und Kommunikation“ gelangte der radikale Konstruktivismus in die Kommunikationswissenschaft (Scholl, 2011, S. 445). Besonders Weischenberg (1994) hat anschließend die konstruktivistische Sichtweise in der Journalismusforschung verbreitet. Der Kommunikationswissenschaftler schlägt dabei vor, die Epistemologie des Konstruktivismus und der Systemtheorie zu verbinden – journalistische Beobachter und das soziale System Journalismus gleichzeitig im Blick zu behalten (S. 428). Bei der Funktionsbeschreibung folgt Weischenberg systemtheoretischen Modellierungen ([s. Kap. 2.1](#)) und ergänzt diese dann konstruktivistisch, indem er sagt, dass Journalisten beim Bereitstellen von Informationen nach Regeln, über die Konsens im System Journalismus bestehe, eigene Wirklichkeitsentwürfe liefern (Weischenberg, 2004, S. 61). Diese Regeln werden von Journalisten während ihrer beruflichen Sozialisation erlernt (ebd., S. 67).

Pörksen (2016) knüpft an die Vertreter des radikalen Konstruktivismus an, bei dem es sich ihm zufolge um einen Diskurs handle, der seit Jahren die Kommunikationswissenschaft in „produktive Unruhe“ versetze (S. 250). Er definiert den Konstruktivismus als einen Versuch „zu klären, wie eine Instanz/ein Ort/eine Einheit X eine Wirklichkeit Y oder mehrere Wirklichkeiten Y1-Yn hervorbringt (aufbaut, erzeugt, zusammensetzt).“ (ebd.). Als gemeinsame Leit motive des Konstruktivismus-Diskurs nennt Pörksen das Interesse an zirkulären Denkfiguren, den Abschied von absoluten Wahrheitsvorstellungen und das Postulat der Autonomie des Erkennenden. Wirklichkeitskonstruktionen sind subjektabhängig: Jeder Mensch nimmt Wirklichkeit anders wahr – das gilt auch für Journalisten. Objektive Erkenntnis ist laut Pörksen (2005) unmöglich. Er schlägt vor, „den Prozess des Beobachtens selbst zu beobachten und den Streit um Sach- und Wahrheitsfragen in den Hintergrund treten zu lassen“ (S. 45). Außerdem wendet er die konstruktivistische Sichtweise auf den Journalismus an und kommt zu folgenden Erkenntnissen: Der Journalismus erscheint als „prinzipiell wandelbare, vielfältig bedingte, eigengesetzlich operierende, fakten- und aktualitätsbezogene Wirklichkeitskonstruktion in den Medien.“ (Pörksen, 2016, S. 255). Journalisten selektieren Informationen nicht passiv, sondern führen damit aktiv Interpretationen und steuern das Entscheidungshandeln. Die Informationen lassen sich im „Prozess der Realitätserhärtung“, wie Pörksen das Recherchieren nennt, nach ihrem Gültigkeitsgrad und dem Ausmaß ihrer Unumstrittenheit einordnen (S. 255). Journalisten wählen zudem eine Form, wie sie die Informationen präsentieren und setzen damit einen Rahmen für die Darstellung. Dieses „rastern [der] Welterfahrung“ ist für die vorliegende Arbeit von hoher Bedeutung und wird in [Kapitel 3.1](#) detaillierter thematisiert (ebd., S. 256).

Reineck (2018) konkretisiert in seiner Arbeit, dass Journalisten eine medial vermittelte Wirklichkeit konstruieren, in die Mediennutzer eintauchen können. Die Lebenswelt eines jeden Individuums besteht aus mehreren Sinnprovinzen, wie „der alltäglichen Lebenswelt, der Traumwelt, der Welt der Wissenschaft, der Welt religiöser Erfahrungen“ (Schütz & Luckmann, 1979, S. 49, zitiert nach Reineck, 2018, S. 159). Die Alltagswelt gilt dabei als die „wirklichste“ unter den Wirklichkeiten (Reineck, 2018, S. 160). Um sich in der Alltagswelt zu orientieren, wird auf Alltagswissen zurückgegriffen. Medien und Journalisten stellen wichtige Lieferanten dieses Alltagswissens dar und sind fest in die Alltagswelt von Mediennutzern eingebettet. Dabei ermöglichen sie aber den Zugang in

eine von der Alltagswelt separate Sinnprovinz (ebd., S. 160 f.). Dabei gebe es unterschiedliche Gestaltungsmöglichkeiten, die unterschiedliche Sorten von Wissen über die „reale“ Welt vermitteln (ebd., S. 176). Die unterschiedlichen „Typen von Journalismus (Gattungen, Genres, Rubriken, Darstellungsformen)“ erlauben es auch im Hinblick auf journalistische Qualität unterschiedliche Erwartungen herauszubilden (ebd., S. 219).

2.3.1 Soziale Verantwortung im Journalismus

„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“ (Luhmann, 2017, S. 9). Medien und somit die von Journalisten produzierten Medieninhalte konstruieren Wirklichkeit – diese Annahme gehört zur theoretischen Basis der vorliegenden Arbeit. Dies wirft die Frage auf, inwiefern Journalisten dadurch eine Verantwortung tragen. In einem Wissenschaftsinterview mit Pörksen (2000) sagt Weischenberg, dass Verantwortung zu übernehmen für einen Journalisten bedeute, „für die absehbaren und die manifesten Folgen des eigenen Handelns geradezustehen“ (S. 144). Bei der Diskussion um die soziale Verantwortung von Journalismus (oder der Journalisten) überschneiden sich individuelle, professionelle und institutionelle Ethik. Journalisten tragen für die Qualität ihres Produkts die Verantwortung, aber die Bedingungen und Möglichkeiten, die sich aus den Zwängen des Mediensystems ergeben, müssen dabei mitberücksichtigt werden, dienen allerdings nicht als Entschuldigung (ebd.).

Zur Funktion von Journalismus gehört es, Informationen zu vermitteln (Blöbaum, 2016). Informationen werden dabei in Form von Medieninhalten bereitgestellt. Der Journalismus operiert nach Rühl (1996) dabei mit „sozialen Entscheidungsstrukturen, wie Werte, Normen, Rollen, Stellen, Techniken usw.“ (S. 93). Jeder Journalist hat natürlich auch individuelle Wertvorstellungen. Diese treten, so Rühl, allerdings hinter die organisatorischen Berufsprämissen. Die Mitteilungen und Geschichten, die ein Journalist produziert, enthalten nie alle Informationen. Enge Zeitgrenzen und die Tatsache, dass der Messpunkt „optimale Information“ unbekannt ist, sind dafür verantwortlich. Vorausgesetzt Journalisten selektieren nicht beliebig, sei daran nichts Verwerfliches, postuliert Rühl. Aber für den Zustand der reduzierten Ereignisse und des Informationsdefizits übernimmt der Journalismus soziale Verantwortung (Rühl, 1996, S. 94). Die soziale Verantwortung des Journalismus liegt nach Altmeyden (2008, S. 243) nicht darin, sich Gedanken darüber zu machen, welche Wirkung die Berichterstattung beim Rezipienten erzielt, sondern sie besteht

darin, professionelle Arbeit abzuliefern. „Professionell handelt der Journalist, wenn er Fakten recherchiert, wenn er auch die andere Seite hört, wenn er sich ein Bild der Geschehnisse macht, das den Ansprüchen von Wahrhaftigkeit und Objektivität zumindest naheifert“ (ebd.). Wohingegen Lilienthal (2020) argumentiert, Journalisten seien kein politisches Neutrum und berechtigt, sich ein unabhängiges Urteil zu bilden (S. 1). Zusammenhänge erkennen und eine Informationsfolgenabschätzung gehören zum Kerngeschäft von Journalisten. Dabei sollte auch ein Geschichtsbewusstsein täglichen Entscheidungsprozessen zugrunde liegen (S. 9). Es könne keine Neutralität geben, wo rote Linien, beispielsweise mittels rassistischer Äußerungen, überschritten werden (S. 8). Hafez (2019) geht in einem „Plädoyer für einen humanitären Journalismus“ sogar noch einen Schritt weiter indem er schreibt: „Medien haben also insgesamt einen wichtigen Schlüssel für den gesellschaftlichen Frieden in der Hand.“ (S. 494).

3 Forschungsansätze und konzeptionelle Grundlagen

„Welchen Mustern folgt die Berichterstattung [...]? Nach welchen Regeln machen die Journalisten aus Ereignissen Nachrichten, welche Merkmale hat die von ihnen konstruierte Wirklichkeit?“ (Weischenberg, 2004, S. 69). Die Aufgabe der Journalistik ist es nach Weischenberg (2004), das System Journalismus zu untersuchen, also die Kontexte, in denen Journalisten Wirklichkeitsentwürfe liefern (ebd.). Medienaussagen zählen nach Weischenbergs Zwiebel-Modell⁴ zum Funktionskontext des Systems Journalismus. Das Forschungsinteresse der vorliegenden Arbeit kann diesem Kontext zugeordnet werden. An die theoretischen Grundlagen der Journalismusforschung anschließend, befasst sich daher das folgende Kapitel mit Forschungsansätzen, die Modelle und Konzepte für die empirische Analyse von Medieninhalten beinhalten. Ziel des dritten Kapitels ist es, die für die Analyse zentralen Begriffe und Konzepte vorzustellen. Dabei wird mit Begriffen aus der Kommunikationswissenschaft und der Sozialpsychologie gearbeitet und anschließend werden die Erkenntnisse aus beiden Disziplinen kombiniert.

3.1 Die Macht der Worte

Das Forschungsfeld der Kommunikationswissenschaft lässt sich am Modell der Massenkommunikation aus dem Jahr 1948 von Harold Dwight Lasswell aufspannen: „*Wer sagt was in welchem Kanal zu wem mit welchem Effekt?*“ (Beck, 2013, S. 182). Die vorliegende Arbeit stellt eine Analyse des Inhalts der Kommunikation dar, beschäftigt sich also mit dem *was*. Ausgehend von der Annahme, dass wir das, was wir über die Welt wissen, aus den Massenmedien wissen (Luhmann, 2017, S. 9), erhält der Sprachgebrauch in den Massenmedien eine besondere Bedeutung. Sprache beeinflusst tagtäglich was wir wahrnehmen und wirkt sich auf das Denken und Handeln aus, stellt Wehling fest (2016, S. 20). Die Sprachwissenschaftlerin erläutert, dass Sprachbilder wie „Flüchtlingswelle“, „Klimawandel“, „Steuerlast“ das Gehirn lehren, wie es über politische Themen zu denken hat (ebd., S. 43). Worte werden im Gehirn simuliert, um sie zu verarbeiten. Dabei wird auch ein kognitiver Deutungsrahmen aktiviert, in der Wissenschaft „Frame“ genannt, der einzelnen Worten eine Bedeutung gibt. So ist der Begriff „Wandel“ sehr abstrakt und

⁴ Weischenberg verwendet die Metapher einer Zwiebel, um das System Journalismus zu beschreiben. Von außen nach innen besteht das System Journalismus demnach aus den Mediensystemen (Normenkontext), den Medieninstitutionen (Strukturkontext), den Medienaussagen (Funktionskontext) und den Medienakteuren (2004, S. 71).

zunächst neutral. Es kann sich etwas zum Guten *wandeln* oder zum Schlechten und es ist nicht Teil des Deutungsrahmens, ob sich etwas verbessert oder verschlechtert. „Klimawandel“ postuliert also in den Köpfen erst einmal nur eine Veränderung, „Klimaver-schlechterung“ hätte schon eine ganz andere Wirkung (ebd., S. 181 f.). Auch Kahneman (1991) zeigt, dass die unterschiedliche Formulierung von Sachverhalten zu unterschiedlicher Wahrnehmung bei den Rezipienten führt und ihr Handeln beeinflusst. So hängt die Entscheidung, ob eine medizinische Behandlung bei einem Patienten durchgeführt werden soll, davon ab, ob die Probanden wussten, dass der Patient bei der Behandlung eine zehnpromtente Sterbewahrscheinlichkeit oder eine 90-promtente Überlebenschance hat. Wehling (2016), Kahnemann (1991) und viele weitere beschäftigen sich in ihren Arbeiten mit sogenannten kognitiven Frames⁵. Im Fokus der Medieninhaltsanalyse der vorliegenden Arbeit stehen indes textuelle Frames, die einem diskursiven Angebot zugrunde liegen und bestimmte Aspekte eines Themas hervorheben. Nichtsdestotrotz zeigt die Forschung, dass Journalisten nicht nur mit der Auswahl von Ereignissen und Informationen den Blickwinkel auf ein Thema lenken, sondern bereits einzelne Worte Frames in den Köpfen der Rezipienten aktivieren, die ihr Denken und Handeln beeinflussen.

Sprache spielt bei der Entstehung und Verbreitung von Stereotypen ebenfalls eine wichtige Rolle. Massenmedien, deren sozialisierende Wirkung unumstritten ist, sind dabei an Tradierung von Stereotypen unmittelbar beteiligt (Thiele, 2015, S. 50). Stereotype sind nach Hafez (2002, S. 50) ebenfalls Bestandteil von Diskursen und gehören neben Frames zu den zwei zentralen Konzepten der vorliegenden Untersuchung. Das folgende Kapitel widmet sich zunächst der für die vorliegende Untersuchung relevante Framing-Forschung bevor die Stereotypen-Forschung detaillierter beleuchtet wird. Im Anschluss wird die Kombination beider Konzepte von Sielschott (2012) vorgestellt.

⁵ Der Begriff des Schema taucht ebenfalls in vielen Arbeiten zu kognitiven Frames auf. Viele Autoren setzen nach Potthoff (2012) Schemata mit kognitiven Frames gleich oder beschreiben sie als Bestandteil von Frames (S. 135 f.). Ein Schema wird in den gängigen Definitionen beschrieben als „eine kognitiv verortete, strukturierte Gruppe von generalisierten Wissenseinheiten zu einem bestimmten Konzept.“ (ebd., S. 136). Die disziplinären Wurzeln des Schema-Begriffs liegen dabei zentral in der Kognitionspsychologie und der Fokus liegt auf „intrapyschischen Prozessen der Informationsverarbeitung, die für das Untersuchungsfeld des Wissenserwerb [...] relevant sind“ (Dahinden, 2006, S. 92).

3.2 Frames und Framing

Das folgende Unterkapitel widmet sich zunächst dem Begriff „Frame“, seinem Ursprung und seiner Verwendungsweise. Ziel ist es, unter der Vielzahl an Begriffsbestimmungen, diejenigen herauszustellen, die sich mit dem Forschungsinteresse der vorliegenden Arbeit decken und für eine spätere Operationalisierung eignen.

Der Begriff Frame oder Deutungsrahmen⁶ stellt eine Metapher dar. Der Begriff des Rahmens aus der Alltagssprache erhält im wissenschaftlichen Kontext eine spezifische Bedeutung (Dahinden, 2006, S. 27). Der Psychiater Gregory Bateson führte den Begriff Frame 1972 in die Wissenschaft ein. Er bezeichnet Frames als psychologische Konzepte, die bei der Interpretation von Handlungen und Situationen helfen, dabei nur eine bestimmte Anzahl von Nachrichten einschließen und somit wiederum andere Nachrichten ausschließen (zitiert nach Dahinden, 2006, S. 29). 1974 adaptierte der Soziologe Erving Goffman die Definition in seinem Buch „Frame Analysis“. Er konzentrierte sich dabei auf die interpersonale Alltagskommunikation, weshalb er in vielen kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten ignoriert oder nur kurz erwähnt wird. Goffman versteht unter Frames, angelehnt an Bateson, „Definitionen von Situationen“, die Antwort auf die Frage: *What is it that's going on here?* geben (zitiert nach ebd., S. 38). Neben der Soziologie und der Psychologie, in der aber der Begriff des Schemas gebräuchlicher ist, sind weitere Disziplinen, die nach Dahinden (2006) den Begriff Frame verwenden, die Informatik (Frames als Konstrukte zur Wissensrepräsentation, (S.36)), die Politikwissenschaft (Frames als eine Form von *belief systems* (S. 51)) und die Ökonomie (unterschiedliche sprachliche Formulierungen von Entscheidungsalternativen (S. 54)).

In der Kommunikationswissenschaft existieren heute eine Vielzahl an Frame-Definitionen, die Konzepte unterscheiden sich dabei teilweise nur marginal. Ein entscheidender Unterschied findet sich jedoch nach Potthoff (2012) zwischen *kognitiven* und *textuellen Frames* (S. 19). Auf der kognitiven Ebene unterstützen Frames „die Wahrnehmung, Verarbeitung und Bewertung von Ereignissen, Sachverhalten, Akteuren“ (Scheufele & Engelmann, 2016, S. 445). Textuelle Frames liegen hingegen einem diskursiven Angebot zugrunde und stehen im Fokus der vorliegenden Arbeit. Sie zeichnen sich nach Potthoff

⁶ In der vorliegenden Arbeit wird der englische Begriff Frame verwendet, da dieser in der gängigen aktuellen kommunikationswissenschaftlichen Literatur gebräuchlicher ist.

(2012) durch die Selektion „bestimmter Aspekte eines Themas, deren sprachliche, stilistische und strukturelle Hervorhebung (Salienz) und die logische, sachliche und argumentative Widerspruchsfreiheit dieser Aspekte (Kohärenz) aus.“ (S. 19). Eine sehr ähnliche Begriffsbestimmung von Frames findet sich bei Matthes (2014), die für die vorliegende Arbeit als Definition gewählt wird. Matthes (2014) definiert Frames als „Blickwinkel auf ein Thema“ (S. 9), während Framing sich auf den „aktiven Prozess des selektiven Hervorhebens von Informationen und Positionen“ bezieht (S. 10). Dieses Framing-Verständnis ordnet Potthoff dem Emphasis-Framing-Ansatz zu, bei dem es um „den Einfluss einer eingeschränkten und nach bestimmten Prinzipien zusammengestellten Auswahl von Informationen“ geht (S. 20). Dem Equivalency-Framing-Ansatz hingegen wird zum Beispiel die Studie von Kahneman (1991) zugeordnet, da es hier um den Einfluss unterschiedlicher Formulierung äquivalenter Entscheidungsalternativen geht (ebd.).

Beim Framing-Ansatz handelt es sich laut Matthes (2007) um keine Theorie, sondern eher um „ein theoretisches Tool, das sich hervorragend eignet, all jene Phänomene im politischen Kommunikationsprozess zu beschreiben, die die Selektion und Salienz von Kommunikationsinhalten [...] zum Gegenstand haben.“ (S. 87). Jene Selektion und Salienz sind die Grundpfeiler des Ansatzes. Journalisten selektieren Ereignisse und betonen Informationen auf eine Art und Weise, die sich nicht vollständig mit den Ereignissen selbst erklären lässt. Dabei handle es sich nicht um „unerwünschte Verzerrung, sondern um eine Begleiterscheinung von Kommunikation“, und es ergeben sich Parallelen zu den systemtheoretischen und konstruktivistischen Betrachtungen aus [Kapitel 2](#), wonach die Medien nur Wirklichkeitsentwürfe liefern, aber keine objektive Realität abbilden (ebd., S. 22).

3.2.1 Frames im Massenkommunikationsprozess

Die Framing-Literatur ist durch enorme Heterogenität geprägt und beschreibt ein zerstreutes Forschungsgebiet. Definitionen, Operationalisierungen und theoretische Hintergründe unterscheiden sich je nach Autor. Es folgt daher ein kurzer Überblick über die zentralen Perspektiven der Framing-Forschung und ihrer thematischen Gegenstände. Scheufele und Engemann (2016) klassifizieren die zentralen Forschungsstränge als Kommunikator-Perspektive, Wirkungsperspektive und öffentlichkeits- und bewegungstheoretische Perspektive (S. 446). Scheufele zählt in seinen Arbeiten journalistische

Frames zur Kommunikator-Perspektive (2003; 2006), während andere Kommunikationswissenschaftler noch einmal differenzieren zwischen der Ebene der medienexternen Kommunikatoren und journalistischen Kommunikatoren. In dieser Arbeit werden die zentralen Perspektiven der Framing-Forschung anhand des Massenkommunikationsprozesses vorgestellt (Matthes 2014; Matthes 2007; Matthes & Kohring, 2004; Dahinden, 2006). Dabei liegt ein besonderes Augenmerk auf der Ebene des Medien-Outputs, da die vorliegende Arbeit Medien-Frames untersucht.

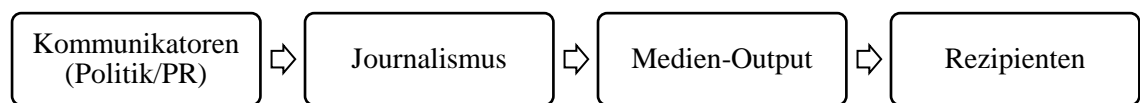


Abb. 1: Massenkommunikationsprozess (Vereinfachte eigene Darstellung angelehnt an Dahinden, 2006, S. 59)

Die Framing-Forschung auf der Ebene medienexterner Kommunikatoren beschäftigt sich mit *strategischem Framing*. Dabei stellen zum Beispiel politische Akteure, soziale Bewegungen oder Public Relations (PR) solche medienexternen Kommunikatoren dar. Frames werden von ihnen eingesetzt, um einen bestimmten Zweck zu erreichen – zum Beispiel die Werbung neuer Mitglieder (Benford & Snow, 2000, S. 624), die Konstruktion von Images einer Organisation (Dahinden, 2006, S. 65), oder, ganz allgemein formuliert, um eine für die Kommunikatoren zuträgliche Darstellung einer Situation oder Bewertung eines Zustands zu erreichen (Oswald, 2019, S. 4). Framing bedeutet auf dieser Ebene die strategische Gestaltung des öffentlichen Diskurses oder von öffentlichen Themen mittels Kommunikation der eigenen Sichtweise. Ziel ist es, beim Publikum Unterstützung zu erreichen. Im Framing-Prozess greifen politische Akteure Themen der öffentlichen Debatten auf, kommunizieren die Bedeutung ihrer eigenen Handlungen und die Beziehungen zu anderen Akteuren (Pan & Kosicki, 2001, S. 59). Im Bereich der PR kommt es laut Dahinden (2006) zu einem kooperativen (und konkurrierenden) Wechselspiel mit dem Journalismus. Framing werde in der PR-Literatur eher als Technik verstanden, bei der es während des Prozesses der aktiven Selbstdarstellung und des Themenmanagements zur Verwendung und Verbreitung bestimmter Frames komme (S. 65). Framing in der Politischen Kommunikation könne nicht grundlegendend als positiv oder negativ klassifiziert werden, da es sich nicht vermeiden ließe, unbewusst Deutungsrahmen zu setzen und ein

bewusstes Framing ein legitimes Mittel für Akteure darstellt, ihren Standpunkt zu erläutern (Oswald, 2019, S. 8).

Der Framing-Ansatz auf Ebene des Journalismus beschäftigt sich mit journalistischen Framing-Prozessen bei der Nachrichtenproduktion und den Medien-Frames (Medien-Output) in der Berichterstattung. *Journalistische Frames* meinen den „kognitiven Bezugsrahmen von Journalisten“ (Scheufele & Engelmann, 2016, S. 444) und beeinflussen die Gestaltung eines journalistischen Produkts, in dem sie als Selektions- und Strukturierungskriterien fungieren (Scheufele, 2003, S. 59). Das heißt, journalistisches Framing betrifft die Auswahl der Ereignisse, weil Journalisten die Ereignisse auswählen, die in ihre Bezugsrahmen passen und die Darstellung von Ereignissen, da die Aspekte betont werden, die zum journalistischen Frame passen (Matthes, 2014, S. 15 f.). Journalistische Frames können sich außerdem durch Schlüsselereignisse, durch Framing-Strategien politisch-gesellschaftlicher Akteure und im Zuge von sozialem Wandel ändern (Scheufele & Engelmann, 2016, S. 447). Dahinden (2006) merkt an, dass nicht nur der Framing-Ansatz Selektionsprozesse im Journalismus untersuche, sondern auch die Nachrichtenwerttheorie. Er stellt folglich Gemeinsamkeiten und Unterschiede heraus und grenzt den Frame-Begriff auch zum Begriff des Bias ab, der „in der Regel, die Verletzung der journalistischen Objektivitätsnormen durch eine verzerrte Darstellung“ meint (Hackett, 1984, zitiert nach Dahinden, 2006, S. 73).

Im Produkt von Journalisten finden sich sogenannte *Medien-Frames* wieder. Dabei handelt es sich um *textuelle Frames* (s. [Kap. 3.2](#)), die sich zunächst auf der obersten Ebene in formale und inhaltsbezogene Medien-Frames unterteilen lassen (Scheufele & Engelmann, 2016, S. 449; Matthes, 2007, S. 57). Als die erste und gleichzeitig eine der zentralen Arbeiten in der Forschung zu formalen Frames zählt die Untersuchung von Iyengar. Er identifizierte 1991 zwei grundlegende Frames bei der Präsentation von Fernsehnachrichten: den episodischen Frame und den thematischen Frame. Im ersten Fall werden Themen ereignisorientiert, zum Beispiel in Verbindung mit Einzelschicksalen und konkreten Betroffenen dargestellt, im zweiten Fall werden sie eher abstrakt und in einen gesellschaftlichen Zusammenhang gestellt (S. 14). Nach Iyengar schreiben Probanden bei episodischen Frames Individuen die Verantwortung zu und es wird eher über persönliche Bestrafung nachgedacht, während bei thematischen Frames der Gesellschaft die

Verantwortung zugeschrieben wird und Reformen als Lösung in Betracht gezogen werden (S. 45). Die meisten Arbeiten widmen sich jedoch der inhaltsanalytischen Untersuchung von inhaltsbezogenen Medien-Frames. Auf dieser Ebene lassen sich themenspezifische Frame-Konzepte (u.a. Scheufele, 2003) und themenübergreifende Frame-Konzepte (u.a. Dahinden, 2006) unterscheiden. Dahinden (2006, S. 106 ff.) analysierte die Frames von 23 Framing-Untersuchungen und bildete daraus fünf themenübergreifende Basisframes (Konflikt, Wirtschaftlichkeit, Fortschritt, Moral/Ethik/Recht, Personalisierung), die in allen Studien immer wieder vorkamen.

Zur empirischen Erfassung von Medien-Frames stehen den Kommunikationswissenschaftlern unterschiedliche Methoden zur Verfügung. Matthes (2014) stellt vier davon vor: *Qualitative Zugänge*, die Frames im Textmaterial ausführlich beschreiben. Das Vorgehen ist allerdings sehr subjektiv und es besteht die Gefahr, dass lediglich „Forscher-Frames“, also Frames, die der Forscher bereits vermutet, identifiziert werden (S. 38 ff.). Bei einem *manuell-holistischen Vorgehen* wird codiert, ob ein vorab definierter Frame im Material vorhanden ist. Dabei ist es allerdings nur schwer nachvollziehbar, welche Elemente eines Frames vorhanden sein müssen, dass der Frame codiert wird (S. 40 f.). *Computer-basierte Inhaltsanalysen* extrahieren Frames mithilfe von datenreduzierenden Verfahren, indem sie das gemeinsame Auftreten von Wörtern festhalten. Problem ist hier, dass Wörter je nach Kontext unterschiedliche Bedeutungen haben können und der Algorithmus das nicht erkennt (S. 44 f.). Matthes und Kohring (2004) schlagen vor, nicht den kompletten Frame direkt zu kodieren, sondern seine einzelnen Elemente. Die Grundidee des *manuell-dimensionsreduzierenden Verfahren* ist, dass sich Frames als unverwechselbare Muster aus mehreren von Rezipienten beobachtbaren Elementen in einem Text niederschlagen. Für die Operationalisierung dieses Musters orientieren sie sich an der Frame-Definition von Entman (1993, S. 52):

„To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating context, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described.”

Ein Frame besteht demnach aus einer Problemdefinition, einer Verantwortungszuschreibung, einer Handlungsempfehlung und einer Bewertung. „Die Problemdefinition definiert, über welchen Teilbereich eines Themas gesprochen wird, welche Akteure relevant

sind und welche Informationen bzw. Fakten betont werden.“ (Matthes, 2014, S. 11). Treten Verantwortungszuschreibungen auf können sie situativer („die Corona-Pandemie ist schuld“) und personaler („Donald Trump ist schuld“) Natur sein. Handlungsaufforderungen können ebenfalls situativ und personal erfolgen. Darunter fallen zum Beispiel Maßnahmen zur Behebung eines Problems (Matthes, 2014, S. 11 f.). Die Bewertung ist nach Matthes (2014, S. 12) als graduell zu verstehen. „Manche Themen sind per definitionem negativ (wie z.B. Arbeitslosigkeit). Hier stellt sich die Frage, wie stark negativ eine Bewertung erfolgt.“ (ebd.). Matthes und Kohring (2004) gehen davon aus, dass diese Muster über statistische Verfahren identifiziert werden können, in dem die als Variablen operationalisierten Frame-Elemente clusteranalytisch zu einem Frame zusammengefasst werden (S. 56). Somit sei eine objektive Erfassung von Medien-Frames möglich. „Auf diese Weise wird die Reliabilität einer inhaltsanalytischen Analyse von Frames deutlich verbessert.“ (Matthes, 2007, S. 72). Die identifizierten Frames weisen zudem eine hohe Inhaltsvalidität auf, da sie auf Basis größerer Textmengen generiert werden. An Matthes und Kohrings (2004) Methode zur Erfassung von Medien-Frames orientiert sich daher die folgende Analyse.

Im Fokus der Framing-Forschung auf Ebene der Rezipienten, genauso wie auf Ebene der medienexternen Akteure und der Journalisten, stehen *kognitive Frames*. Da sich die vorliegende Arbeit mit *textuellen Frames* beschäftigt, wird diese Perspektive abschließend nur kurz vorgestellt. Entman (1993, zitiert nach Matthes & Kohring, 2004) begreift Rezipienten Frames als „mentally stored clusters of ideas that guide individuals' processing of information“ (S. 57). Ziel der Arbeiten dieser Perspektive ist es, die Wirkung von Medien-Frames auf den Rezipienten und seine Frames zu identifizieren. Es handelt sich folglich um Studien der Medienwirkungsforschung, die häufig die Methode der Befragung oder des Experiments wählen (Matthes, 2007, S. 124 ff.) Nach Matthes und Kohring (2004) gibt es momentan wenige Arbeiten, die sich mit der Wirkung von Medien-Frames auf die Rezipienten auseinandersetzen.

3.3 Stereotype

Ziel des Kapitels ist es, zunächst den Begriff „Stereotyp“ näher zu bestimmen und dann einen Überblick über die sozialpsychologische Disziplin der Stereotypen-Forschung zu geben. Dabei liegt das besondere Augenmerk auf dem sozialkulturellen Ansatz der Sozialpsychologie, dem das für die vorliegende Analyse herangezogene Stereotype Content Model (SCM) zuzuordnen ist.⁷ Abschließend gibt das Kapitel einen Einblick in die kommunikationswissenschaftliche Stereotypenforschung, da die vorliegende Arbeit hier verortet wird und führt aus, warum sowohl das Stereotypen-Konzept als auch der Framing-Ansatz für die Konzeption dieser empirischen Untersuchung von Bedeutung sind.

Der Begriff „Stereotyp“ findet erstmals 1922 Einzug in die Sozialwissenschaften. Der Publizist Walter Lippmann beschrieb Stereotype in seinem Buch „Public Opinion“ als „Bilder in unseren Köpfen“ (1991, S. 3), als kollektive Vorstellung über eine bestimmte Gruppe von Menschen. Sie reduzieren die komplexe Realität und machen sie für die menschliche Wahrnehmung zugänglich (1991, S. 88 ff.). Sie werden genutzt, um eigene Positionen gegenüber anderen in der Gesellschaft zu verteidigen und das eigene Weltbild zu stützen (1991, S. 95). Schneider analysiert 2004 bestehende Begriffsbestimmungen und definiert Stereotype als “qualities perceived to be associated with particular groups or categories of people“ (zitiert nach Asbrock, 2008, S. 30). Die Definition berücksichtige nach Asbrock, dass „a) Stereotype sich in ihrer Struktur und in den kognitiven Prozessen nicht grundlegend von anderen Generalisierungen unterscheiden, b) keine Inhalte oder Gruppen vorgegeben werden, da dies die Reichweite der Definition einschränkt, c) Stereotype nicht grundsätzlich als wahr oder falsch bzw. negativ beschrieben werden können“, wie es zu Beginn noch Lippmann annahm (2008, S. 30).

Sommer (2017) beschreibt Stereotype als

„Assoziationen und Vorstellungen über die Charakteristika und Attribute von Mitgliedern einer Gruppe [...], die die mentalen Repräsentationen von Personen-gruppen⁸ prägen und schließlich auch steuern, wie man eine Person oder

⁷ Weitere Disziplinen, wie die der Soziologie oder Politikwissenschaft, unter deren Lupe die Stereotypenforschung von Sielschott (2012) betrachtet wird, werden in der vorliegenden Arbeit ausgeblendet.

⁸ Die Ostdeutschen stellen im Folgenden eine solche Personengruppe dar.

eine Personengruppe wahrnimmt und beurteilt, weitere Informationen zu ihr verarbeitet und erinnert, und wie man sich ihr gegenüber verhält“ (S. 28).

Stereotype erfüllen dabei mehrere Funktionen: Sie strukturieren die Wahrnehmung und erleichtern damit die Orientierung in einer hochkomplexen Welt (Thiele, 2015, S. 66). Sie dienen außerdem der Aufrechterhaltung unseres Weltbildes, indem sie Informationen abwehren, die den eigenen Auffassungen widersprechen oder das positive Selbstbild gefährden (ebd.; Sommer, 2017, S. 29). Sie „leisten einen Beitrag zur Herausbildung kollektiver Identität“ und erfüllen somit eine positive, integrative Funktion. Dies führt aber gleichzeitig zur Ausgrenzung der Anderen (Thiele, 2015, S. 69 f.).

3.3.1 Sozialpsychologische Grundlagen der Stereotypenforschung

In der Pionierstudie der sozialpsychologischen Stereotypenforschung untersuchten Katz und Braly (1933) mittels einer Adjektivliste welche Eigenschaften 100 Princeton-Studierende zehn ethnischen und nationalen Gruppen (zum Beispiel Deutsche, Italiener, Schwarze Amerikaner, Juden, Chinesen und Türken) zuordnen. Die Probanden sollten aus 84 Adjektiven diejenigen auswählen, die sie als typisch für die jeweilige Gruppe empfanden. Die jeweils zwölf meistgenannten Adjektive wurden in einer Tabelle zusammengefasst. Es zeigte sich, dass den Gruppen von unterschiedlichen Probanden die gleichen Eigenschaften zugeordnet wurden und dass diese mit den Stereotypen übereinstimmen, die in den Medien verbreitet wurden. Den Deutschen wurden am häufigsten die Eigenschaften „wissenschaftlich orientiert“, „industriell“ und „stur“ zugeschrieben, den Italienern „künstlerisch“, „impulsiv“ und „leidenschaftlich“ (S. 284 f.). Dabei gab es für einige Gruppen (Deutsche, Juden, Schwarze Amerikaner) deutlichere Übereinstimmungen als für andere (Chinesen, Türken). Katz und Braly haben mit ihrer Methode der Adjektivliste die Messung von Stereotypen für lange Zeit geprägt. Sie wurde häufig übernommen und nur vereinzelt kritisiert (Schneider, zitiert nach Asbrock, 2008, S. 33). Da Katz und Braly jedoch keine Erklärung für ihre Ergebnisse liefern konnten und sich die Stereotype in später erneut durchgeführten Analysen änderten, konzentrierte sich die Forschung anschließend eher auf kognitive Funktionen von Stereotypen (Asbrock, 2008, S. 34).

Die Stereotypisierung, also das Anwenden von Stereotypen, lässt sich in zwei Phasen aufteilen: In der ersten Phase kommt es nach Devine (1989) zu einer automatischen und unausweichlichen Aktivierung eines kulturell geteilten Stereotyps, wenn die jeweilige

Gruppe wahrgenommen wird (S. 8). In einem zweiten Schritt werden persönliche Erfahrungen mit der Gruppe aktiviert, die individuell unterschiedlich sein und sich von dem geteilten Stereotyp unterscheiden können. Diese können sich dann in einer entsprechenden Bewertung oder Verhaltensweisen gegenüber der Gruppe widerspiegeln (S. 15). Inzwischen werde das Modell von Devine jedoch kritisiert, so Appel (2008, S. 316). Neuere Arbeiten lassen demnach die Vermutung zu, „dass das Wahrnehmen einer Zielperson [...] Stereotype in interindividuellem Ausmaß aktiviert“, während Devine noch von einer gleich starken und unausweichlichen Aktivierung ausging (ebd., S. 316).

Die Stereotypenforschung innerhalb der Sozialpsychologie unterscheidet demnach zwei Stereotype: Die individuellen und die konsensuellen oder kulturellen Stereotype. Sie sind Gegenstand der sozialkognitiven und der sozialkulturellen Perspektive innerhalb der Sozialpsychologie und können auf zwei Ebenen verortet werden: Individuelle Stereotype auf der Ebene des Individuums, als individuelle Überzeugung im Hinblick auf Personenmerkmale oder Verhaltensweisen einer Personengruppe und konsensuelle Stereotype auf der Ebene der Gruppe beziehungsweise der Gesellschaft. Sie werden also innerhalb einer größeren Gruppe von Menschen sozial geteilt. Konsensuelle Stereotype können Teil der individuellen Überzeugung von Gruppenmitgliedern sein oder nicht, aber alle Mitglieder können sie benennen (Appel, 2008, S. 315; Asbrock, 2008, S. 31; Leyens et al., 1994, S. 3 f.). So fühlten sich einige Studierende in der Befragung von Katz und Braly unwohl, eine Fremdgruppe anhand der Eigenschaftsliste zu beurteilen. Dies lässt sich als Ausdruck einer individuellen Überzeugung hinsichtlich der Personengruppe werten, die dem konsensuellen Stereotyp widerspricht oder als das Ziel, eine „vorurteilsfreie Identität“ zu bewahren (Devine, 1989, S. 15).

Die sozialkognitive Perspektive der Sozialpsychologie beschäftigt sich mit individuellen Stereotypen hinsichtlich ihrer kognitiven Funktionen (Bless, Fiedler & Strack, zitiert nach Asbrock, 2008, S. 33). Bei konsensuellen Stereotypen hingegen liegt aus einer sozialkulturellen Perspektive ein Fokus auf den konkreten Inhalten der Stereotype (Stangor & Schaller, 1996, S. 10). Diese Inhalte machen nach Asbrock konsensuelle Stereotype sozial bedeutsam (2008, S. 35). Sie können mit dem Stereotype Content Model systematisiert werden, auf das im Folgenden näher eingegangen wird, da es für die Analyse der vorliegenden Arbeit herangezogen wird.

3.3.2 Stereotype Content Model

Individuelle und konsensuelle Stereotype sind wandelbar und ambivalent. Wandelbar bedeutet, dass sich individuelle Stereotype durch persönliche Kontakterfahrungen mit Fremdgruppenmitgliedern verändern können und konsensuelle Stereotype zum Beispiel durch Medienberichte beeinflusst werden. Ambivalent bedeutet, dass die Merkmale, die Mitgliedern einer sozialen Gruppe, zum Beispiel den Ostdeutschen, zugeschrieben werden, positiv und negativ ausfallen können (Thiele, 2015, S. 30; Asbrock, 2008, S. 37). Ausgehend von der Feststellung, dass nicht alle Stereotype gleich sind und die Inhalte von Stereotypen variieren, entwickeln Fiske et al. (2002) ein Modell, das erklärt warum diese Unterschiede auftreten und zur Systematisierung von Stereotypen herangezogen werden kann. In ihrer Studie prüfen sie dafür die folgenden drei Hypothesen (S. 885):

1. Stereotypenbewertungen von Fremdgruppen differenzieren sich anhand der Dimensionen Wärme und Kompetenz. Das Stereotype Content Model (SCM) geht davon aus, dass Stereotype auf zwei Dimensionen basieren, die aus zwischenmenschlichen Interaktionen resultieren. Wenn Menschen anderen begegnen, wollen sie ihre (positiven und negativen) Absichten kennen, also welche Ziele sie verfolgen und mit welchen Fähigkeiten sie diese verfolgen. Diese beiden Eigenschaften entsprechen der Wahrnehmung der Dimension Wärme und der Dimension Kompetenz (Fiske et al., 2002, S. 880). Eine fremde Person wird demnach als warm, beziehungsweise warmherzig bewertet, wenn man ihr gute Absichten unterstellt und als kompetent, wenn man glaubt, sie könne ihre Ziele erreichen (ebd.). Fiske et al. erweitern damit die Ansätze von Wojciszke, Phalet und Poppe von nationalen und ethnischen Gruppen auf alle Gruppen (Asbrock, 2008, S. 49). Mittels Clusteranalysen bestätigten Fiske et al. ihre erste Hypothese. Über 70 % der untersuchten Gruppen konnten anhand der Dimensionen eingeteilt werden (2002, S. 897).

2. Viele Stereotypen enthalten gemischte Bewertungen, die sich durch niedrige Bewertungen auf der einen Dimension und hohe Bewertungen auf der anderen Dimension auszeichnen. Die zweite Hypothese postuliert, dass viele Fremdgruppen entweder als warm, aber inkompetent stereotypisiert werden (Alte, Hausfrauen), oder als kalt, aber kompetent (Reiche, Asiaten). Fiske et al. (2002) bezeichnen die Stereotypen für warme und inkompetente Fremdgruppen als paternalistische Stereotype. Die Gruppen werden nicht respektiert, aber bemitleidet. Die Stereotype für kalte, aber kompetente Fremdgruppe werden

neidische Stereotype genannt (S. 881). Beide Stereotypen-Formen dienen dabei nach Fiske et al. (2002) dazu, den Status Quo aufrechtzuerhalten und zum Beispiel die Unterordnung von Gruppen zu rechtfertigen, die als inkompetent stereotypisiert werden (S. 883). Die Hypothese wird ebenfalls in drei Analysen bestätigt (S. 897).

3. Fremdgruppen werden als kompetent stereotypisiert, wenn sie als mächtig und mit hohem Status wahrgenommen werden. Sie werden als warm und nett stereotypisiert, wenn sie nicht mit anderen konkurrieren. Fiske et al. (2002) liefern damit sozialstrukturelle Ursachen für die Wärme- und Kompetenzzuschreibungen. Sie schlagen vor, dass sich Stereotype zum einen auf das Bewusstsein von Machtverhältnissen beziehen. Eine Person kann nur seine mächtige Position erlangt haben, wenn sie auch kompetent ist. Zum anderen verärgern konkurrierende Fremdgruppen, weshalb sie nicht als warm bewertet werden können. Nicht konkurrierende Fremdgruppen hingegen erfüllen eine bequeme Rolle, stellen keine Bedrohung dar und werden deshalb als warm eingeschätzt (S. 884). Die Ergebnisse zeigen eine hohe Korrelation zwischen sozialkulturellen Merkmalen (Status und Konkurrenz) und der stereotypisierten Bewertung auf den Dimensionen Wärme und Kompetenz (S. 897).

Kritik am SCM wird von Autoren der Sozialpsychologie indes hinsichtlich der Differenziertheit des Modells geäußert. Nach Sielschott (2012) wird in weiterführenden Arbeiten auf der Wärmedimension hinsichtlich Moral und Geselligkeit und auf der Kompetenzdimension hinsichtlich drei Stufen (überlegen, gleich, unterlegen) differenziert (S. 23). Diese Differenzierung würde allerdings in der Operationalisierung für die vorliegenden Arbeit zu weit führen, weshalb sie hier nur am Rande erwähnt wird. Das SCM erlaubt „eine gruppen- und themenunabhängige inhaltliche Systematisierung und Erklärung von Stereotypeninhalten“⁹ (Sielschott, 2012, S. 23). Medieninhalte repräsentieren laut Sielschott genau solches kulturelle Wissen, auf dem Stereotypen beruhen und die sich folglich mittels des SCM analysieren lassen (ebd.). Sielschotts Analyse lässt sich, ebenso wie die vorliegende Arbeit, der kommunikationswissenschaftlichen Stereotypenforschung zuordnen, über die nun im Folgenden ein kurzer Überblick gegeben wird.

⁹ Auf die emotionalen und behavioralen Folgen (Bewunderung, Neid, Mitleid, Verachtung), die den Stereotypen-Cluster des SCM-Modells zugeordnet werden können, und die in der Bias Map systematisiert werden, kann im Rahmen dieser Arbeit nicht näher eingegangen werden. Zudem führt es weg von der Medieninhaltsforschung, hin zur Wirkungsforschung.

3.3.3 Kommunikationswissenschaftliche Stereotypenforschung

Der Ursprung der Stereotypenforschung liegt, wie bereits beschrieben, mit Lippmanns Überlegungen in den USA. Mit einiger Verzögerung zog die Stereotypenforschung Mitte der 1960er-Jahre dann in die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft ein, beschreibt Thiele (2015) in ihrem Werk zu Medien und Stereotype. Sie liege in Münster begründet, wo mittels Inhaltsanalysen Stereotype in der Bildzeitung untersucht wurden (S. 153). In zwei Metaanalysen untersucht Thiele (2015), welche Studien es zu Medien und Stereotypen im deutschsprachigen Raum gibt, denn eine „Geschichte der sozialpsychologischen [und kommunikationswissenschaftlichen] Vorurteilsforschung scheint hierzulande auszustehen“ (S. 153). Die erste Metaanalyse umfasst dabei ausschließlich Forschungsarbeiten, die in kommunikationswissenschaftlichen Fachzeitschriften erschienen sind, während die zweite Metanalyse Studien unabhängig ihrer disziplinären Herkunft beinhaltet, die den Begriff Stereotyp oder vergleichbare enthalten. Thiele fand dabei unter anderem heraus, dass es sich vor allem um Forschung zu medial vermittelten nationalen Stereotypen handelt. Stereotype von Nationen bzw. von Menschen, die ihnen zugerechnet werden, zählen zum Forschungsbereich räumlicher Stereotype. Hierzu werden Stereotype auf unterschiedlichstem Abstraktionsniveau gezählt (u.a. supranational, regional, lokal) (S. 167). Stereotype über „den Osten“, „Ostdeutschland“ oder „die Ostdeutschen“ fallen ebenfalls in diesen Forschungsbereich der räumlichen Stereotype. Zu Beginn der deutschsprachigen kommunikationswissenschaftlichen Stereotypenforschung zeigt sich zunächst ein gesteigertes Interesse am Deutschlandbild in ausländischen Medien. Darüber hinaus werden aber auch Stereotype anderer Nationen in deutschen Medien untersucht (ebd., S. 173 f.). Zum Forschungsfeld zählt dabei unter anderem die Kriegs- und Krisenberichterstattung¹⁰, sowie die Sportberichterstattung und Kriminalitätsberichterstattung. Forschung zu Minderheitenstereotypen wird in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft erst Mitte der 1980er-Jahre durchgeführt. Die Untersuchungen der medialen Repräsentation von „Fremden“ differenzieren sich im Laufe der Zeit aus. Dabei wird zum Beispiel nach Geschlecht oder Religion unterschieden und es werden nicht mehr nur ausschließlich Printmedien miteinbezogen. Die Ergebnisse der zweiten Metaanalyse zeigen, dass heute das Fernsehen das am meisten untersuchte Medium ist (S.

¹⁰ Nach „9/11“ werden in der Medienberichterstattung räumliche und religiöse Stereotype aktiviert (Thiele, 2015, S. 177).

380). Zu den Spitzenreitern in beiden Metaanalysen zählen neben Nationenstereotypen Studien zu Geschlechterstereotypen (S. 376).

3.3.4 Stereotype Bewertungen und Framing

Innerhalb des Framing-Ansatzes werden Personen und Gruppen eher selten fokussiert – sondern vielmehr „Streitthemen, also issues“ (Matthes, 2007, S. 152). Sielschott (2012) argumentiert aber, dass personen- und gruppenbezogene Bewertungen ubiquitär seien und das SCM (s. [Kap. 3.3.2.](#)) ein Instrumentarium zur Analyse dieser Bewertungen bereitstellt. Im Kontext von Themen- und Ereignisframes komme es auch zu einer Bewertung von Personen und Gruppen (S. 64). Die vorliegende Arbeit untersucht Frames und Stereotype in der Berichterstattung, um ein möglichst umfassendes Bild der Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen zeichnen zu können. Nach Hafez (2002) finden sich sowohl Stereotype als auch Frames als Einheiten der Kommunikation auf allen Ebenen des Massenkommunikationsprozess (S. 50).

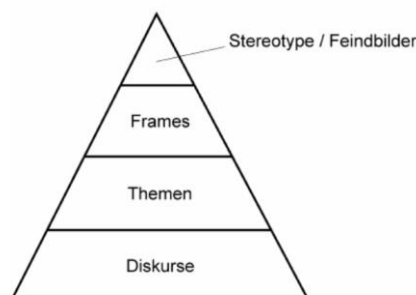


Abb. 2: Die basalen Einheiten der Textanalyse (Hafez, 2002, S. 50)

Gruppenbezogene Bewertungen, die im Textmaterial auftauchen, können dem SCM folgend zweidimensional und ambivalent sein. Das heißt, Gruppen und Personen können auf den Dimensionen Wärme und Kompetenz bewertet werden und dabei sind auf beiden Dimensionen positive und negative Einstufungen möglich. Sie werden dabei entweder explizit vom Journalisten oder einem Akteur, der im Text zitiert wird, vorgenommen oder durch das Vorhandensein bestimmter Frame-Elemente implizit aktiviert (Sielschott, 2012, S. 64 f.).

4 Empirische Bestandsaufnahme

Die vorliegende Arbeit untersucht die Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen in west- und ostdeutschen Tageszeitungen. Das folgende Kapitel nimmt eine empirische Bestandsaufnahme des Themengebiets Ostdeutschland vor. Dies geschieht zunächst mittels eines Überblick über Daten, die über Ostdeutschland erhoben wurden. Im Anschluss werden Studien, die sich mit der Darstellung der Ostdeutschen in den Medien beschäftigen, vorgestellt und ihre relevanten Aspekte und Ergebnisse zusammengefasst.

4.1 Studien über Ostdeutschland

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) bilanziert 2019: „Der Abstand zwischen Ost und West baut sich langsam in kleinen Schritten weiter ab.“ (S. 20). Die ostdeutsche Wirtschaftsleistung wuchs zwischen 2010 und 2018 um 16 %. Die Arbeitslosenquote sank im gleichen Zeitraum von 7,7 auf 5,2 % in Gesamtdeutschland – in Ostdeutschland deutlich stärker von 12 auf 6,9 % (ebd.). In Westdeutschland lag sie 2018 bei 4,8 %. Anfang der 2000er-Jahre betrug die Differenz zwischen Ost und West noch mehr als 10 Prozentpunkte (ebd., S. 37). Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) je Einwohner der neuen Bundesländer erreichte 2018 74,7 % des westdeutschen Niveaus. Seit 2010 haben sich die Unterschiede zwischen Ost und West um 3,1 Prozentpunkte verringert (ebd., S. 20). Die Angleichung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit schreitet voran. Grundlage für diesen Aufholprozess sind starke mittelständische Unternehmen in Ostdeutschland, die über zukunftsweisende Technologien verfügen und viele neue Arbeitsplätze geschaffen haben. 30 Jahre nach der friedlichen Revolution und dem Mauerfall gibt es allerdings immer noch Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland. Viele ostdeutsche Regionen sind weiter durch eine wirtschaftliche Strukturschwäche gekennzeichnet. Ostdeutsche Länder sind stärker ländlich geprägt und es fehlen große Konzerne (BMWi, 2019, S. 21). Lohnniveau und Arbeitsproduktivität sind im Osten überall niedriger als im Westen. Parallel zum Rückgang der Arbeitslosigkeit ist auch ein Rückgang der Einwohnerzahl und des Arbeitsvolumens zu verzeichnen (ebd., S. 20). Die Lohnlücke zwischen Ost und West ist kleiner geworden – dennoch verdienen ostdeutsche Vollzeitbeschäftigte immer noch rund 16 % weniger pro Monat als solche in Westdeutschland. Ursache sind unter anderem geringere Tarifbindung der Betriebe in den neuen Bundes-

ländern (ebd., S. 49). Die Angleichung der Wirtschaftskraft in West- und Ostdeutschland wird zudem von demografischen Bedingungen gehemmt. Vor allem in Ostdeutschland fehlen Fachkräfte aufgrund der im Vergleich zum Westen ungünstigeren Altersstruktur¹¹ und der geringeren Siedlungsdichte in vielen ostdeutschen Regionen.

Neben der unterschiedlichen Wirtschaftskraft von Ost- und Westdeutschland stehen auch immer wieder die Einstellungen und Verhaltensweisen der Menschen in den beiden Landesteilen im Fokus. Die deutsche Einheit und der Mauerfall werden von einer Mehrheit der Deutschen positiv bewertet, fand Neu von der Konrad-Adenauer-Stiftung (2019) in einer für Wahlberechtigte repräsentativen Befragung¹² heraus. 72 % der Befragten bewerten die Einheit positiv, vor zwanzig Jahren waren es 74 %. Der Befund zeigt sich als relativ stabil. Mehr als die Hälfte (57 %) stimmen darüber hinaus der Aussage zu, die Menschen in Ost- und Westdeutschland seien sich nähergekommen. Des Weiteren sagen 47 % der Ostdeutschen, die Angleichung der Lebensverhältnisse in Ost- und Westdeutschland sei in den letzten Jahren vorangekommen. 2009 waren es nur 40 %. Auf der anderen Seite fanden 2009 noch mehr Ostdeutsche (66 %), dass die Wiedervereinigung erfolgreich verlaufen sei als 2019 (57 %). Der Jahresbericht des BMWi (2019) kommt indes bezüglich dieser Frage zu einem anderen Ergebnis. Demnach halten laut Daten des Sozioökonomischen Panels aus dem Jahr 2016 „nur rund 38 % der Befragten im Osten [die Wiedervereinigung] für gelungen“ (S. 13). Es wird nicht deutlich, worauf die unterschiedliche Beurteilung in den beiden Befragungen zurückzuführen ist. Als mögliche Ursachen kommen der unterschiedliche Erhebungszeitpunkt oder Untersuchungsinstrumente in Frage.

Zahlreiche empirische Studien¹³ belegen, dass sich nicht nur die objektiven Lebensverhältnisse, sondern auch die Einstellungen gegenüber Politik und Gesellschaft zwischen Ost und West unterscheiden. Eine Studie der Otto Brenner Stiftung von Faus und Storcks (2019) analysierte speziell die Einstellungen der Nachwendegeneration. Die Ergebnisse

¹¹ Durch die Abwanderung junger Menschen und den Geburtenrückgang zu Beginn der 1990er-Jahre ist das Durchschnittsalter in den ostdeutschen Ländern heute höher als im Westen (ebd., S. 12)

¹² Vom 18.9.2019 bis zum 7.10.2019 wurden 2.040 telefonische Interviews vom Marktforschungsunternehmen Kantar geführt. Die Umfrage ist repräsentativ für Wahlberechtigte.

¹³ Klein & Heitmeyer (2009) fanden heraus, dass unter Ostdeutschen ein Gefühl der Benachteiligung gegenüber Westdeutschen verbreitet ist. Belok & Faus (2017) zeigen auf, dass unter Ostdeutschen eine negativere Sicht auf die Politik erkennbar ist (S. 19). Laut einer für die Bundesregierung durchgeführte Umfrage fühlen sich 57 % der Ostdeutschen, als Bürger zweiter Klasse (BMWi, 2019, S. 13).

zeigen, dass sich junge Ost- und Westdeutsche „vor allem hinsichtlich der ökonomischen Situation in ihren jeweiligen Heimatregionen unterscheiden“ (S. 73). Diese wird in Ostdeutschland seltener als gut empfunden und es gebe eine schwierige Lage auf dem ostdeutschen Arbeitsmarkt. Die jungen Menschen in beiden Regionen blicken allerdings zuversichtlich nach vorne. Junge Ostdeutsche identifizieren sich häufig auch als „ostdeutsch“, während dies junge Westdeutsche nicht tun (ebd.). Zudem beschreiben die Autoren einen Effekt auf den Blick auf Politik und Gesellschaft, den die narrative Weitergabe der Transformationserfahrung der Eltern auf ihre Kinder zeigt (ebd.). In den vergangenen Jahren – vor allem mit Aufkommen von Pegida und AfD – stand die unterschiedliche politische Kultur in Ost- und Westdeutschland immer wieder im Fokus der Öffentlichkeit. Die Sozialwissenschaften beschäftigen sich bereits seit mehreren Jahrzehnten mit der gesellschaftlichen Entwicklung der beiden Teile des Landes. 20 Jahre nach der Vereinigung Deutschlands griff Heitmeyer (2009) auf Daten der Allgemeinen Bevölkerungsumfrage zurück, um unter anderem die Frage zu beantworten, wie sich die gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit¹⁴ in Ost- und Westdeutschland entwickelt (S. 16). Er fand heraus, dass beinahe alle Ausprägungen der Syndromelemente¹⁵ der gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit in Westdeutschland im Jahr 2008 im Vergleich zum Vorjahr signifikant zurückgingen. Die Werte in Ostdeutschland blieben indes stabil und gleich hoch oder höher als in Westdeutschland. Ausnahme bilden die Werte des Syndromelements „Klassischer Sexismus“¹⁶ – sie sind in Ostdeutschland niedriger. „Sexismus“ bedeutet nach Heitmeyer (2002, S. 20) „Unterschiede zwischen den Geschlechtern im Sinne einer Demonstration der Überlegenheit des Mannes und fixierter Rollenzuweisung an Frauen“ zu betonen. Diesem Syndromelement komme eine Sonderrolle zu, da es sich hierbei nicht um eine Abwehrhaltung gegen eine Minderheit handle, aber es enthalte „ideologische Aspekte von Ungleichwertigkeit“ (Glick & Fiske, 2001, zitiert nach ebd., S. 21).

¹⁴ „Der Begriff Menschenfeindlichkeit bezieht sich auf das Verhältnis zu spezifischen Gruppen und meint nicht ein interindividuelles Feindschaftsverhältnis.“ (Heitmeyer, 2002, S. 19).

¹⁵ Rassismus, Fremdenfeindlichkeit, Antisemitismus, Islamophobie, Etabliertenvorrechte, Homophobie, Abwertung von Behinderten und Obdachlosen, klassischer Sexismus und Abwertung Langzeitarbeitsloser.

¹⁶ Item, das „Klassischen Sexismus“ abfragt: „Frauen sollen sich wieder mehr auf die Rolle der Ehefrau und Mutter besinnen.“ (Heitmeyer, 2002, S. 26)

Die Leipziger Studien bilden seit 2002 insbesondere autoritäre und rechtsextreme Einstellungen in Deutschland ab. Die aktuelle Mitte-Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung (Zick et al., 2019) untersucht antidemokratische Einstellungen in der deutschen Bevölkerung und kommt zu einem differenzierten Ergebnis. Demnach unterscheiden sich Ost- und Westdeutsche nicht in ihrer geringen Zustimmung zu offen rechtsextremen Einstellungen. Eine rechtspopulistische Orientierung sei im Osten jedoch weiterverbreitet als im Westen: „Fremdenfeindlichkeit (West 18 %, Ost 23 %), die Abwertung von Muslimen (West 19 %, Ost 26 %) und von Asylsuchenden (West 51 %, Ost 63 %) findet eher im Osten des Landes statt. Erkennbar wird auch: Der Osten fühlt sich politisch machtloser als der Westen, und das Vertrauen in die Demokratie ist geringer. Vor allem aber ist das Gefühl der kollektiven Wut auf die Zuwanderung im Osten mit 52 % deutlich höher als im Westen mit 44 %.“ (ebd.). Die Leipziger Autoritarismus-Studie fokussiert sich auf rechtsextreme und autoritäre Einstellungen. Dabei differenzieren die Autoren auch hier zwischen Ost- und Westdeutschland, da sie repräsentative Aussagen, über die immer noch deutlich ausgeprägten Unterschiede zwischen den beiden Teilen der Republik treffen können. So zeigen die Ergebnisse, dass „vor allem die Ausländerfeindlichkeit, die Befürwortung einer rechtsautoritären Diktatur und der Sozialdarwinismus in Ostdeutschland stärker verankert sind“ (Decker et al., 2018, S. 88).

4.2 Die Ostdeutschen in den Medien

Die vorliegende Arbeit untersucht inhaltsanalytisch die Berichterstattung west- und ostdeutscher Tageszeitungen über Ostdeutschland und die Ostdeutschen. Nachdem sich westdeutsche Medien nach dem Mauerfall 1989 plötzlich mit einem neuen Gegenstand konfrontiert sahen, wurden „Jahr für Jahr bestimmte ‚Wahrheiten‘ über die Ostdeutschen [...] in Umlauf gesetzt“ (Ahbe, 2009, S. 59). In diesem Kapitel werden zur empirischen Bestandsaufnahme einige Studien vorgestellt, die sich bereits mit der Darstellung der Ostdeutschen in den Medien auseinandergesetzt haben. Ahbe (2009) beschreibt zunächst drei Ausgangsvoraussetzungen, unter denen das Wissen über Ostdeutschland und die Ostdeutschen konstruiert wurde: Erstens übernahmen hauptsächlich die meinungsführenden westdeutschen Medienhäuser den kleinen ostdeutschen Zeitungsmarkt. Zweitens kam das Führungspersonal der neuen öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten in Ostdeutschland aus

dem Westen und zumeist auch das der regionalen ostdeutschen Tageszeitungen¹⁷. Drittens bildete sich kein Gegen-Diskurs ostdeutscher Akteure heraus. Ostdeutsche Sprecher wurden nur dann eingebunden, wenn sie zu den etablierten Ost-Diskursen passten. „Wer aus der Gruppe der ostdeutschen Autoren auf dem Strom der veröffentlichten Gedanken sein Segel aufspannen konnte, welche Beschreibungen, Deutungen und Wertungen also als ‚ostdeutsche Selbstbeschreibungen‘ sichtbar gemacht wurden und Geltung erlangten, wurde von den westdeutschen Redaktionsleitungen entschieden“ (ebd., S. 61 f.). Machill et al. (2010) bestätigen diesen Eindruck in ihrer Bestandsaufnahme der Medienlandschaft in Ostdeutschland nach der Wende. Die Mehrheit der ostdeutschen Zeitungen wurde nach der Wiedervereinigung von westdeutschen Großverlagen wie Springer und Gruner + Jahr gekauft. Die ehemaligen SED-Bezirkszeitungen wurden gekauft, wie sie waren und es fand beispielsweise keine Aufteilung der großen Verbreitungsgebiete statt. Dies verhinderte dauerhaft eine publizistische Angebotsvielfalt. „Das Ergebnis ist eine heute hochkonzentrierte, monopolartige Presselandschaft in den neuen Ländern.“ (S. 22). Hinzu kommt, dass keine der ehemaligen Bezirkszeitungen überregionale Berichterstattungskompetenz, also über das eigentliche Verbreitungsgebiet hinaus, erlangt hat (S. 26).

Hinsichtlich der Journalisten in den ostdeutschen Redaktionen kommen Machill et al. (2010) zum Ergebnis, dass die meisten DDR-Journalisten auf ihren Positionen blieben und sich mit dem Wandel der Aufgaben hin zu kritischer Informationswiedergabe schnell arrangierten. Ein Blick in das System der Journalistenausbildung im Osten 20 Jahre nach der Wende zeigt, dass Ostdeutschland hinsichtlich der Ausbildungsstätten für Journalisten immer noch unterversorgt ist (S. 47). Im Westen gibt es demnach nicht nur ein größeres Angebot der Journalistenausbildung, sondern auch die Personen, die zu Journalisten ausgebildet werden, kommen mehrheitlich aus Westdeutschland. Eine Umfrage des Medium Magazins zeigt, dass die großen deutschen Journalistenschulen auch heute nur wenige Schüler mit ostdeutschen Wurzeln ausbilden. „Auf 45 oder 18 oder 30 Westdeutsche (bzw. Nicht-Ostdeutsche) kommen mal null, mal einer, mal zwei Ostdeutsche“ (Heming, 2019, S. 18). Der Nachwuchs der Branche kommt aus Westdeutschland.

¹⁷ Eine Studie aus dem Jahr 2004 des MDR-Magazins Umschau zeigt, dass 65 % der Führungspersonen in regionalen Tageszeitungen in Ostdeutschland aus dem Westen kommen und dies ebenfalls für 83,3 % der Führungspersonen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gilt (Pasternak, 2005, S. 224).

Die Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen nach der Wende ist vielfach untersucht worden (Ahbe, 2004; 2009; Reiher, 2008; Pates, 2013; Jacobs et al., 2019). Dabei zeigt sich nach Ahbe (2004, S. 21), dass vor allem eine „Andersartigkeit“ und „Fremdheit“ im Zusammenhang mit den Ostdeutschen in den Mittelpunkt gerückt werden. „Hierbei scheint es sich um Fremdheit in unfreundlicher, frustrierender, belästigender und – womöglich – gefährlicher Form zu handeln“ (ebd.). „Der Ossi“ wird in der Berichterstattung häufig als Person dargestellt, die von strukturellen Problemen betroffen und ihren „westdeutschen Landsleuten in nahezu allen Bereichen unterlegen ist“, fand Pates heraus, die die mediale Darstellung der Ostdeutschen in den Jahren 2001 bis 2005 in überregionalen Zeitungen und Magazinen analysierte (Huster, 2012). Dabei kam sie außerdem zu dem Ergebnis, dass Ostdeutsche in der Berichterstattung unabhängig vom Standort auch generell als solche betitelt werden, während Westdeutsche lediglich im Osten als „Wessi“ bezeichnet werden (Pates, 2013, S. 9). Das heißt, im Falle der Ostdeutschen gilt die Herkunft als verallgemeinerte Eigenschaft, die immer wieder betont wird, während die westdeutsche Herkunft als das Normale gilt, das nur in der „Fremde“ erwähnenswert ist (Wedl, 2009, S. 129). Im gesamtdeutschen Diskurs ist sehr häufig von „Ostdeutschland“, „ostdeutsch“ oder „dem Osten“ die Rede. „Westdeutschland“, „westdeutsch“ oder „der Westen“ hingegen gibt es kaum in der öffentlichen Kommunikation. Das wird nach Reiher (2008) besonders bei der Kennzeichnung von Politikern deutlich: Angela Merkel ist Bundeskanzlerin mit „ostdeutscher Herkunft“, während beim ehemaligen Bundeskanzler Gerhard Schröder seine westdeutsche Herkunft in den Medien keine Rolle spielte (S. 2).

Belke (2009) untersuchte die mediale Konstruktion der Ostdeutschen zwischen 1987 und 2005 im öffentlich-rechtlichen Fernsehen¹⁸. Die Ergebnisse zeigen, dass fast ein Drittel der untersuchten Beiträge die rechte Szene thematisieren. Addiert man den prozentualen Anteil der Artikel, die über Gewalt berichten, thematisieren mehr als 40 % der Beiträge rechtsextremistische oder gewalttätige Themen (S. 150). Dieser Anteil an negativer Berichterstattung ist laut Belke bemerkenswert hoch. Eigenschaften, die im Politmagazin Kontraste Menschen aus Ostdeutschland zugeschrieben werden, sind meist negativ konnotiert. Ostdeutsche werden als „unzufrieden“, „unbeweglich“, „unsicher“ und „fremden-

¹⁸ Sie untersuchte mittels einer Struktur-, Grob- und Feinanalyse 91 Beiträge des ARD Politmagazins Kontraste (Belke, 2009, S. 146 f.)

feindlich“ beschrieben (S. 168). In der Berichterstattung über die Ostdeutschen „gilt als gängig, [...] dass die Ostdeutschen nicht mit Geld umgehen können, [...] undankbar sind, [...] mit der Demokratie nicht klarkommen und auch dass die Ostdeutschen zu sehr heimatverbunden sind und nicht bereit sind über die ‚Grenze‘ zu gehen.“ (S. 175). In einer Langzeitanalyse der Berichterstattung von 1994 bis 2007 fand Kolmer (2009) heraus, dass „Innen- und Parteipolitik, Wirtschaftspolitik und Geschichte“ Themen sind, die sich in der Berichterstattung über Ostdeutschland herauskristallisieren.¹⁹ „Die neuen Länder erscheinen [...] als Objekt politischer Aktivität und weniger als eine Region aktiver Unternehmer und Bürger“ (S. 212).

All diese Erkenntnisse basieren auf einer relativ alten Datengrundlage aus den 1990er- oder frühen 2000er-Jahren. Das 20-jährige Jubiläum des Mauerfalls 2009 war vermutlich häufig Anlass, die Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen zu betrachten. Nun wirft die bisherige empirische Bestandsaufnahme die Frage auf, inwieweit die beschriebene mediale Darstellung auch heute noch, 31 Jahre nach dem Fall der Mauer, stattfindet. Das Projekt „Wer braucht den Osten?“ im Auftrag des Mitteldeutschen Rundfunks versucht, mit einer aktuellen quantitativen Inhaltsanalyse der gesamtdeutschen Presse Aufschluss zu geben. Es wird untersucht, welchen Umfang die Berichterstattung über Ostdeutschland in den letzten 28 Jahren einnahm und mit welchen Schlagworten sie am stärksten in Verbindung stand (Jacobs et al., 2019). Die Ergebnisse zeigen, dass die Verwendung des Begriffs „Ostdeutschland“ zwischen 1990 und 2017 zurückging (S. 554). Er wird allerdings gleichbleibend häufig mit dem Begriff „Problem“ genannt (S. 555). Die wirtschaftliche Entwicklung ist das wichtigste Thema in Bezug auf Ostdeutschland. Während Anfang der 1990er-Jahre zunächst vor allem positiv besetzte Begriffe wie „Aufschwung“ und „Modernisierung“ in Artikeln zusammen mit Ostdeutschland verwendet werden, steigt der Anteil an jenen Artikeln, die Ostdeutschland zusammen mit den Begriffen „Armut“ oder „abgehängt“ erwähnen, besonders nach der Jahrtausendwende stark an (S. 555 f.). Darüber hinaus treten „Ostdeutschland“ und „Rechtsextremismus“ gemeinsam viel häufiger in der westdeutschen Presse als in der ostdeutschen Presse auf. Ab 2015 übertrifft die Verwendung des Begriffs „fremdenfeindlich“ jene des Begriffs „Zivilcourage“. Der Begriff „Hass“ wird 2017 sieben Mal häufiger zusammen mit

¹⁹ Die Langzeit-Untersuchung stützte sich auf folgende Medien: Welt, FAZ, SZ, FR, ARD Tagesthemen, ZDF heute-journal, RTL Aktuell, Sat.1 News, Spiegel und Focus (S. 190).

dem Begriff „Ostdeutschland“ verwendet als noch 2010 (S. 559). Zu ähnlichen Ergebnisse kommt eine Langzeitanalyse des Forschungsinstitut Media Tenor aus dem Jahr 2016. In der Zusammenfassung „Ernüchterung zum Tag der Einheit 2016“ heißt es: „Fortschritte bei der Angleichung der Lebensverhältnisse werden im Medienbild Ostdeutschlands von der zunehmenden Berichterstattung über Fremdenfeindlichkeit und rechten Populismus mehr als aufgewogen.“ (Kolmer, 2016).

Welche Schlussfolgerungen lassen sich aus dem Forschungsstand ableiten? Für die Ostdeutschen bedeuten die Erkenntnisse, dass sie in einer Welt leben, in der in den Medien ein „Fremdblick“ von westdeutschen Positionen auf sie stattfindet (Ahbe, 2009, S. 110). Es kommt zu einer Gleichsetzung zwischen Deutschland und Westdeutschland. Die sprachliche Markierung „ostdeutsch“ wird vorgenommen, weil der Sachverhalt nicht der Norm entspricht. Der Blick ist dabei nicht differenziert: Begriffe wie „Hass“, „Armut“, „abgehängt“ tauchen zuletzt immer häufiger auf (Jacobs et al., 2019).

5 Untersuchungsinteresse und methodisches Vorgehen

Ziel der Masterarbeit ist es herauszufinden, wie westdeutsche und ostdeutsche Medien über die ostdeutsche Gegenwart berichten und potenzielle Unterschiede zwischen den Medien zu identifizieren. Die bisherige Forschung beruht entweder auf einer alten Datengrundlage (Ahbe, 2004; 2009; Kolmer, 2009; Belke, 2009; Wedl, 2009; Pates, 2013) oder untersuchte zwar große Mengen an aktuellen Berichten, aber mittels einer automatisierten Inhaltsanalyse, bei der lediglich einzelne Worte und Themen identifiziert wurden (Jacobs et al., 2019). Die vorliegende Arbeit wirft einen detaillierten Blick auf die Berichterstattung des Jahres 2019 und differenziert die Forschung weiter aus. Im Mittelpunkt des Interesses steht eine Beschreibung der Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen. Es wird darauf hingearbeitet, am Ende der Analyse aus den Ergebnissen Medien-Frames abzuleiten, die in der Berichterstattung auftauchen. Indem die ostdeutsche und die westdeutsche Perspektive miteinbezogen wird, können mögliche Unterschiede der Berichterstattungsmuster untersucht werden und somit Aussagen darüber getroffen werden, ob in westdeutschen Medien die ostdeutsche Gegenwart anders dargestellt wird. Schließlich ist es auch Ziel der Arbeit, stereotype Bewertungen von Ostdeutschen in der Berichterstattung zu identifizieren und zu analysieren. Dadurch können nicht nur Aussagen getroffen werden, wie über Ostdeutschland berichtet wird, sondern auch wie über seine Bewohner, die Ostdeutschen.

In diesem Kapitel werden zunächst die Forschungsfragen und Hypothesen der vorliegenden Untersuchung vorgestellt. Anschließend wird die Wahl der quantitativen Inhaltsanalyse als Methode begründet sowie entscheidende Kriterien für die Auswahl des Untersuchungsmaterials dargelegt. Es folgt eine Erläuterung der Konzeption des Codebuchs und Kategoriensystems, dem Kernstück der vorliegenden Arbeit. Abschließend werden die Ergebnisse des Pretests und die Beurteilung der Gütekriterien präsentiert.

5.1 Forschungsfragen und Hypothesen

Dieser wissenschaftlichen Arbeit liegen folgende vier Forschungsfragen zugrunde, die sich aus dem übergeordneten Untersuchungsinteresse ableiten, wie über Ostdeutschland und die Ostdeutschen berichtet wird:

- FF1:** Welche themenspezifischen Medien-Frames lassen sich in der Berichterstattung über Ostdeutschland in west- und ostdeutschen Tageszeitungen identifizieren?
- FF2:** Inwieweit zeigen sich Unterschiede in der Verwendung der Medien-Frames in west- und ostdeutschen Tageszeitungen?
- FF3:** Welche stereotypen Bewertungen von Ostdeutschen lassen sich in der Berichterstattung identifizieren?
- FF4:** Inwieweit zeigen sich Unterschiede in der stereotypen Bewertung von Ostdeutschen in west- und ostdeutschen Tageszeitungen?

Ausgehend von den Forschungsfragen werden Hypothesen aufgestellt, die das Untersuchungsinteresse in einzeln überprüfbare Vermutungen unterteilen. Die Generierung der Hypothesen, die zur ersten und zweiten Forschungsfrage gehören, orientiert sich an den Frame-Elementen – *Problemdefinition, Verantwortungszuschreibung, Handlungsaufforderung, Bewertung* – eines Medien-Frames (s. [Kap. 3.2.1](#)). Das Frame-Element der Bewertung bezieht sich nach Matthes (2014) vor allem auf die moralische Einordnung eines Themas. Dabei kommt es häufig auch zu einer Bewertung von Personen und Gruppen (Sielschott, 2012, S. 64). Die dritte und vierte Forschungsfrage beziehen sich auf diese gruppenbezogene Bewertungen, die in der vorliegenden Untersuchung ebenfalls analysiert werden, um eine umfassende Beschreibung der Berichterstattung zu gewährleisten und auch hier mögliche Unterschiede zwischen west- und ostdeutschen Tageszeitungen zu identifizieren. Das SCM (Fiske et al., 2002) stellt ein Instrumentarium bereit, um diese Bewertungen zu analysieren. Sie finden demnach auf zwei Dimensionen statt: Wärme und Kompetenz. Eine Person oder Gruppe wird als *eher warm* bewertet, wenn sie zum Beispiel als freundlich, gutmütig oder tolerant dargestellt wird. Eine Darstellung als feindselig, intolerant oder egoistisch bedeute dagegen eine *eher kalte* Bewertung. Wird eine Gruppe als leistungsstark, geschickt, intelligent oder effektiv dargestellt, wird sie als *eher kompetent* bewertet. Eine Darstellung als leistungsschwach, ineffektiv oder nicht sachkundig impliziert eine *eher inkompetente* Bewertung. Diese theoretischen Vorüberlegungen und der Forschungsstand (s. [Kap. 4](#)) werden bei der Formulierung der Hypothesen herangezogen und um eigenständige Überlegungen der Forscherin ergänzt, die sich aus ihrem bisherigen Wissen über die Berichterstattung über Ostdeutschland ergeben.

Sie lauten wie folgt:

Zu FF1

H₁: In den meisten Artikeln wird die wirtschaftliche Entwicklung Ostdeutschlands thematisiert.

H₂: Die Verantwortungszuschreibung erfolgt in den meisten Artikeln situativ.

H₃: Der Adressat der Handlungsaufforderung ist in den meisten Artikeln die Politik.

H₄: Die Gesamttonalität ist in den meisten Artikeln eher negativ.

Zu FF2

H₅: In westdeutschen Tageszeitungen werden eher die Folgen der Wiedervereinigung als Ursache thematisiert, in ostdeutschen Tageszeitungen erfolgen eher Handlungsaufforderung an die Politik.

H₆: Die Gesamttonalität der meisten Artikel ist in westdeutschen Tageszeitungen negativer als in ostdeutschen Tageszeitungen.

Zu FF3

H₇: Ostdeutsche werden in den meisten Artikeln als eher kalt bewertet.

H₈: Ostdeutsche werden in den meisten Artikeln als eher inkompetent bewertet.

H₉: Die stereotype Bewertung wird in den Artikeln eher von zitierten Akteuren²⁰ vorgenommen als von den Journalisten selbst.

Zu FF4

H₁₀: In der Berichterstattung westdeutscher Tageszeitungen finden sich mehr stereotype Bewertungen als in ostdeutschen Tageszeitungen.

H₁₁: In der Berichterstattung westdeutscher Tageszeitungen werden Ostdeutsche eher als inkompetent bewertet als in der Berichterstattung ostdeutscher Tageszeitungen.

H₁₂: Akteure, die in westdeutschen Tageszeitungen zitiert werden, äußern sich eher abwertend²¹ über die Ostdeutschen als Akteure in ostdeutschen Tageszeitungen.

²⁰ Mit Akteuren sind Personen aus der Politik, Wirtschaft und Wissenschaft gemeint.

²¹ Hinsichtlich der Bewertung auf den Dimensionen Wärme und Kompetenz.

5.2 Untersuchungsdesign

Um die Inhalte der Berichterstattung über Ostdeutschland zu analysieren, wird eine Medieninhaltsanalyse durchgeführt. Sie ermöglicht es, Inhalte der Berichterstattung intersubjektiv nachvollziehbar zu beschreiben (Früh, 2015, S. 29). Ein Vorteil der Inhaltsanalyse liegt darin, die Inhalte zeitunabhängig und über einen längeren Zeitraum hinweg untersuchen zu können und dabei verschiedene Medien miteinander zu vergleichen (Rössler, 2017, S. 28 f.). Ziel der vorliegenden Analyse ist es, innerhalb großer Textmengen Berichterstattungsmuster und häufig auftretende stereotype Bewertungen zu beschreiben und zu vergleichen, weshalb eine quantitative Vorgehensweise gewählt wird. Die standardisierte Analyse unter Anwendung eines konkret definierten Kategoriensystems ermöglicht systematische Erkenntnisse über themenspezifische Medien-Frames und stereotype Bewertungen in der Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen (Rössler, 2017, S. 18).

Um die Vergleichbarkeit der Ergebnisse mit bisherigen Studien zu gewährleisten (Kolmer, 2009; Pates & Schochow, 2013; Jacobs et al., 2019) und eine leichte Verfügbarkeit, Durchsuchbarkeit und Archivierbarkeit sicherzustellen, werden in der vorliegenden Arbeit Printmedien für die Analyse ausgewählt. Dabei werden Tageszeitungen untersucht, da sie eine politisch-gesellschaftliche „Protokollfunktion“ ausüben und einen breiten Nachrichtenstrom in unterschiedlichen Darstellungsformen verarbeiten (Hafez, 2002, S. 31).

5.2.1 Auswahl- und Zugriffskriterien

Die Medienauswahl erfolgt anhand vorab getroffener Überlegungen, sowie Einschränkungen, die sich aus der deutschen Presselandschaft ergeben. Alle Verlage der Tageszeitungen, die aufgrund ihrer Reichweite und Funktion als Leitmedium häufig bei Inhaltsanalysen ausgewählt werden, wie die Süddeutsche Zeitung oder die Frankfurter Allgemeine Zeitung, haben ihren Sitz in Westdeutschland oder im früheren Westberlin. Um einen Vergleich der Berichterstattung westdeutscher und ostdeutscher Medien zu ermöglichen, werden somit Regionalzeitungen mit aufgenommen, die anhand ihrer Auflage im jeweiligen Verbreitungsgebiet vergleichbar sind. Zusätzlich werden zwei Tageszeitungen mit überregionalem Anspruch ausgewählt. Somit werden insgesamt vier Tageszeitungen für die Untersuchung ausgewählt: Die Sächsische Zeitung (SZ), das Hamburger

Abendblatt (HA), die Berliner Zeitung (BZ) und der Tagesspiegel (TGSP). Die Sächsische Zeitung und das Hamburger Abendblatt stellen zwei Regionalzeitungen mit vergleichbarer Auflage dar, die in Ostdeutschland (SZ) und in Westdeutschland (HA) produziert werden und deren Verbreitungsgebiete in Ost- und Westdeutschland liegen. Mit der Berliner Zeitung wird eine Berliner Abonnementzeitung ausgewählt, die bis zur Wende in der DDR erschien und heute vor allem in den östlichen Bezirken der Stadt gelesen wird. Als westdeutsches Pendant wird der Tagesspiegel aus Berlin gewählt, der eher in westlichen Bezirken der Stadt gelesen wird. Beide Tageszeitungen sind Hauptstadtzeitungen und anhand ihrer Auflagenzahlen vergleichbar, unterscheiden sich allerdings in ihrer west- und ostdeutschen Herkunft. Die Recherche im Vorfeld der Analyse ergab, dass die Pressedatenbank „Wiso“ Zugriff auf alle vier Titel bietet. Die Forscherin entscheidet sich für diese Datenbank, da sie Angehörigen der Universität Hamburg Zugang gewährt, die Volltexte der vier Medien beinhaltet, die Möglichkeit zur Speicherung der Trefferliste besteht und die Forscherin bereits im Rahmen ihrer Bachelorarbeit mit dieser Datenbank gearbeitet hat.

Die Auswahl des Untersuchungszeitraums orientiert sich häufig an „Schlüsselereignissen, die plausibel als Anfangs- und Endpunkte der jeweils interessierenden Entwicklung betrachtet werden können.“ (Rössler, 2017, S. 54). Der Untersuchungszeitraum dieser Analyse umfasst die Berichterstattung vom 22. Juli 2019 bis zum 9. November 2019. Für die Auswahl dieses Zeitraums sprechen folgende Gründe: Am 1. September 2019 fand die erste der drei ostdeutschen Landtagswahlen in Sachsen statt. Der Startzeitpunkt der Untersuchung wurde sechs Wochen vor dieses Ereignis gelegt, da davon ausgegangen wird, dass in diesen sechs Wochen verstärkt über den Wahlkampf in den ostdeutschen Bundesländern und somit auch über Ostdeutschland und die Ostdeutschen berichtet wird. Endzeitpunkt ist der 9. November, da an diesem Tag vor 30 Jahren die Berliner Mauer fiel und dieses Ereignis Anlass für weitere Berichterstattung war.

Die Grundgesamtheit, über die im Rahmen dieser Masterarbeit Aussagen getroffen werden soll, ist die Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen in diesem Zeitraum. Nachdem der Auswahlprozess der Medien bereits erläutert wurde, wird nun beschrieben, mittels welcher Zugriffskriterien die Artikel in den Tageszeitungen identifiziert wurden, die über Ostdeutschland und die Ostdeutschen berichten. Es gelten folgend

alle Artikel der vier Tageszeitungen im Untersuchungszeitraum, in denen mindestens das Wort „ostdeutsch“, „Ostdeutschland“, „Ostdeutsche“, oder „Ossi“ vorkommt. Die Artikel müssen dabei einen Bezug zu Ostdeutschland oder dessen Bewohnern aufweisen, das Thema in mehr als einem Satz behandeln und Aussagen oder Bewertungen über Ostdeutschland oder die Ostdeutschen getroffen werden. Artikel, die Ostdeutschland beziehungsweise die DDR nur vor der Wiedervereinigung, oder in den Jahren danach behandeln, werden nicht untersucht, da sich diese Untersuchung vornehmlich mit Berichten über die ostdeutsche Gegenwart beschäftigt. Auch wenn viele Artikel ein Thema in Zusammenhang mit Ostdeutschland in einen historischen Kontext einordnen, Ursachen und Folgen daraus ableiten, müssen sie immer auch einen Bezug zur Gegenwart beinhalten. Das heißt, es müssen dann Aussagen über den Einfluss der Geschichte auf die Situation Ostdeutschlands oder der Ostdeutschen im Jahr 2019 getroffen werden. Der Suchbefehl, der für die vorliegende Arbeit eingesetzt wurde, lautet: „ostdeutsch* OR Ossi“.

Im Vorfeld stand die Überlegung im Raum den Suchbefehl, um weitere Schlagworte zu erweitern. Nach einer ausführlichen Recherche und dem Vergleich der Suchergebnisse entscheidet sich die Forscherin aus folgenden Gründen dagegen: Nach dem Wort „Osten“ wird nicht gesucht, da eine erste Sichtung ergab, dass es sich dabei mehrheitlich um Artikel handelt, die nicht Ostdeutschland, sondern beispielsweise den Mittleren Osten, oder den Osten in einer Stadt thematisieren. Auch nach „DDR“, „Treuhand“ oder „Stasi“ wird nicht gesucht, da sich die Artikel auf die ostdeutsche Gegenwart beziehen sollen und es in Texten, die nur die Worte „DDR“, „Stasi“ oder „Treuhand“ und nicht „ostdeutsch“ enthalten, nach einer ersten Sichtung vermehrt um historische Themen geht. Die Treuhand wird nur mit einem Wort erwähnt und im Artikel werden keine Aussagen über Ostdeutschland getroffen, wie beispielsweise: „Die drei Gesuchten sollen für mehrere Morde verantwortlich sein – unter anderem an Deutsche-Bank-Chef Alfred Herrhausen (1989) und Treuhand-Chef Detlev Karsten Rohwedder (1991)“.²² „Wende“ ist als Suchbegriff nicht möglich, da in der Pressedatenbank alle Texte mit Worterweiterungen wie „wendet“ ebenfalls angezeigt werden. Aufgrund dieser Erkenntnisse und um den weiteren Aufwand bei der Textauswahl zu minimieren, entscheidet sich die Forscherin für den bereits genannten Suchbefehl. Zudem ist es nicht möglich mittels des Suchoperators WORTE:>150 kurze Texte bereits aus der Trefferliste auszuschließen. Auch der Helpdesk der

²² 50 neue Hinweise bei Suche nach Ex-RAF-Terroristen, 22.07.2019, Hamburger Abendblatt

Pressedatenbank, den die Forscherin kontaktierte, fand keine Lösung. Da in einem zweiten Schritt ohnehin alle Treffer auf die eingangs genannten Kriterien geprüft werden mussten, wurde dabei auch auf die Länge der Texte geachtet. Dies stellte einen geringen Mehraufwand dar.

Die Suche in der Pressedatenbank „Wiso“ ergab eine vorläufige Anzahl von 1.411 Artikel im zuvor definierten Untersuchungszeitraum in den vier zu untersuchenden Medien.

Tabelle 1: Vorläufige Artikelanzahl in den zu untersuchenden Medien

SZ	BZ	HA	TGSP	Gesamt
686	289	138	298	1.411

Anmerkungen. SZ (Sächsische Zeitung), BZ (Berliner Zeitung), TGSP (Der Tagesspiegel), HA (Hamburger Abendblatt).

Diese wurden gesichtet, um all jene Artikel zu identifizieren, die für die Beantwortung der Forschungsfragen relevant sind und die bereits ausgeführten Bedingungen erfüllen. Ausgeschlossen wurden folgende Artikel:

- Berichte zu fiktiven Inhalten (Buch-/ Filmrezensionen) oder kulturellen Veranstaltungen (Theaterrezensionen, Ausstellungen). Ausnahme: Der Autor wird unter anderem auch wegen seiner ostdeutschen Herkunft interviewt und spricht über die ostdeutsche Gegenwart.
- Sportberichterstattung. Ausnahme: Ein Sportler oder ein Trainer wird unter anderem auch wegen seiner ostdeutschen Herkunft interviewt und spricht über die ostdeutsche Gegenwart.
- Veranstaltungskalender und Kinoprogrammvorschau
- Leserbriefe
- Artikel, bei denen „ostdeutsch“ nur als Ortsbeschreibung verwendet wird, wie zum Beispiel bei Wetterberichten oder Reiseberichten.
- Artikel, bei denen „ostdeutsch“ nur als Namenszusatz geschrieben ist, wie („ostdeutscher Sparkassenverband“)
- Meldungen, die weniger als 150 Wörter enthalten, da sie als Berichterstattung zu wenig in die Tiefe gehen. Die erste Suche enthält Treffer, die zwar insgesamt mehr als 150 Wörter enthalten, allerdings eine Zusammenstellung mehrerer Mel-

dungen darstellen und der Ausschnitt, der sich auf sich auf Ostdeutschland bezieht, zu kurz ist.

- Dopplungen

Nach der Schnellcodierung blieben 293 Artikel übrig, die im Sinne dieser wissenschaftlichen Arbeit als Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen gelten.

Tabelle 2: Finale Artikelanzahl in den zu untersuchenden Medien

SZ	BZ	HA	TGSP	Gesamt
83	86	45	79	293

Anmerkungen. SZ (Sächsische Zeitung), BZ (Berliner Zeitung), TGSP (Der Tagesspiegel), HA (Hamburger Abendblatt).

Da im Rahmen der Masterarbeit eine Analyse aller Artikel nicht geleistet werden kann, wird eine Stichprobe aus dieser Grundgesamtheit gezogen. Dabei ist zu beachten, dass die Stichprobengröße groß genug sein muss, um die Hypothesen zu testen und mittels eines Cluster-Verfahrens Medien-Frames in der Berichterstattung zu identifizieren. Ziel der Studie ist es, die Tageszeitungen miteinander zu vergleichen, weshalb eine disproportional geschichtete Zufallsauswahl durchgeführt wird. Somit werden die Artikel westdeutscher Medien stärker berücksichtigt als in der Grundgesamtheit, aber bei der Gegenüberstellung west- und ostdeutscher Medien kann auf eine ähnliche Datenbasis zurückgegriffen werden. Bei der Festlegung der Stichprobengröße orientiert sich die Forscherin an anderen Framing-Analysen im Rahmen einer Masterarbeit sowie der späteren Datenanalyse. Das Hamburger Abendblatt liefert mit 45 Artikeln die geringste Anzahl an Treffern. Es werden daher von den übrigen drei Tageszeitungen zufällig 45 Artikel ausgewählt. Damit ergibt sich eine Stichprobengröße von 90 Artikeln von westdeutschen Tageszeitungen und 90 Artikeln von ostdeutschen Tageszeitungen. Bei der späteren Datenanalyse sollte die Minimalbesetzung einer Zelle einer Tabelle von $n = 10$ nicht unterschritten werden (Merten, 1995, S. 299). Dies könnte vor allem beim dritten und vierten Hypothesenkomplex kritisch werden, da davon ausgegangen wird, dass nicht jeder Artikel eine stereotype Bewertung enthält. Die Skala der stereotypen Bewertungen weist zwei Ausprägungen auf (eher kompetent, eher inkompetent und eher warm, eher kalt). Somit müssen für die Minimalbesetzung der Zellen in mindestens jeweils 20 Artikeln von westdeutschen und ostdeutschen Tageszeitungen stereotype Bewertungen codiert werden. Das

bedeutet jeder vierte Artikel der Stichprobe muss eine stereotype Bewertung beinhalten. Diese Voraussetzung erscheint nach der Schnellcodierung als realistisch.

5.2.2 Entwicklung des Kategoriensystems

Aus den Hypothesen und deren Dimensionen wird ein Kategoriensystem abgeleitet, das dem Codebuch zugrunde liegt und wesentlich für jede Inhaltsanalyse ist. Das Codebuch enthält neben Auswahl-, Analyse-, Codier- und Kontexteinheit auch Ankerbeispiele zu den Kategorien. Ausgehend von den Forschungsfragen finden zwei Analyseeinheiten ihre Anwendung: Der Artikeltext sowie stereotype Bewertungen der Ostdeutschen. Der Aufbau des Kategoriensystems gliedert sich entsprechend der beiden Analyseeinheiten. Auf Artikalebene besteht die Absicht, Medien-Frames zu identifizieren. Matthes und Kohring (2004) empfehlen für eine möglichst objektive, reliable und valide Erfassung von Medien-Frames nicht den ganzen Frame, der zuvor induktiv oder deduktiv ermittelt wurde, zu kodieren, sondern die einzelnen Frame-Elemente²³. Lässt sich ein Muster der Elemente über mehrere Texte hinweg finden, ist es ein Frame. Das Kategoriensystem enthält somit neben den formalen Kategorien (Datum, Medium, Ressort, Überschrift), inhaltliche Kategorien zu den vier Frame-Elementen. Da keine aktuelle Forschung zu Framing für diese Thematik vorliegt, konnte nicht auf bestehende Codebücher zurückgegriffen werden und es musste eigens ein Codebuch entwickelt werden. Eine erste Strukturierung erfolgte anhand bestehender Literatur. Das Frame-Element Problemdefinition wurde beispielsweise durch wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Kategorien operationalisiert. Die Kategorie, die das Frame-Element Bewertung operationalisiert, wurde mithilfe anderer Codebücher erstellt. Die genaue Ausarbeitung aller Kategorien erfolgte anschließend anhand des Untersuchungsmaterials. Dabei stellte sich heraus, dass Themen wie „Zufriedenheit“ aus unterschiedlichen Blickwinkeln beschrieben werden. So geht es einmal um die zunehmende Zufriedenheit der Ostdeutschen, einmal eher um die zunehmende Unzufriedenheit. Alle Kategorien zu den Frame-Elementen wurden als dichotome Variablen mit den Ausprägungen „Trifft zu“ oder „Trifft nicht zu“ angelegt, aufgrund geplanter Auswertungsverfahren. Um unterschiedliche Blickwinkel auf einen Teilbereich abzudecken, wurde jeweils die Kategorie „Unzufriedenheit“ und die Kategorie „Zufriedenheit“ erarbeitet. Des Weiteren stellte sich heraus, dass außergewöhnlich viele Artikel einen

²³ Problemdefinition, Verantwortungszuschreibung, Handlungsaufforderung und explizite Bewertung (Matthes, 2014, S. 11 f.).

„Rechtstrend“ in Ostdeutschland thematisieren, weshalb diese Kategorie angelegt wurde. Sie stellt gemeinsam mit der Kategorie „AfD Wahlkampf“ eine Besonderheit bei den politischen Kategorien dar. Die Aufteilung erschien sinnvoll, da eine zunehmende Zustimmung der AfD als Rechtstrend angesehen werden kann, einige Artikel darüber hinaus aber die AfD nicht erwähnen, sondern nur von einem allgemeinen Rechtsruck schreiben. Der Wahlkampf der AfD kann wiederum nicht zum Rechtstrend gezählt werden, weshalb es hierfür die Kategorie „AfD Wahlkampf“ gibt. Für die übrigen Parteien, ihrer Zustimmung und ihren Wahlkampf wurde lediglich eine übergeordnete Kategorie, zum Beispiel „CDU“, angelegt.

Tabelle 3: Übersicht Kategoriensystem

Problemdefinition	
Wirtschaftliche Situation und Entwicklung	Arbeitslosigkeit, Rente, Löhne, Arbeitsbedingungen, Wohlstand, Führungspositionen, Fachkräftemangel, Unternehmensstruktur, Industrie, Treuhand, Soli
Politische Situation und Entwicklung	Rechtstrend, Aktionen gegen den Rechtstrend, AfD Wahlkampf, Die Linke, Die Grünen, FDP, SPD, CDU, Koalitions-/Regierungsbildung, Verhältnis Russland
Gesellschaftliche Situation und Entwicklung	Demografie, ostdeutsche Frauen, Unzufriedenheit, Zuvversicht/Zufriedenheit, mangelnde Repräsentation, Wiedervereinigung, ostdeutsche Identität, Fremdenfeindlichkeit
Akteur	Ostdeutsche, politische Akteure, Behörden und Ämter, Stasi, wirtschaftliche Akteure, Akteure von Gewerkschaften, Experten, Kultur
Verantwortungszuschreibung	
Situativ (Folgen der Wiedervereinigung)	Unternehmensstruktur, sonstige wirtschaftliche Bedingungen, Benachteiligung, DDR Sozialisation, Erfahrungen nach der Wende, Beachtung
Situativ	Infrastruktur, Demografie
Personell	Ostdeutsche, Politiker, Treuhand, Medien

	Handlungsaufforderung
Forderungen/Lösungen	Finanzielle Unterstützung, Ostquote, Freiheit, Austausch
Adressaten	Ostdeutsche, Politik
	Bewertung
Tonalität	eher positiv, eher negativ

Die inhaltliche Kategorie „Vergleich“ will zudem erfassen, ob im Artikeltext ein Vergleich von Ost- und Westdeutschland stattfindet und die Kategorie „Unterschied“ wer diesen Vergleich „gewinnt“.

Für die zweite Analyseeinheit, die stereotypen Bewertungen der Ostdeutschen, konnte auf das Codebuch von Sielschott (2012) zurückgegriffen werden, der in seiner Analyse unter anderem stereotype Bewertungen von Muslimen untersucht. Hier wird festgehalten welche stereotype Bewertung stattfindet und von wem sie getroffen wird. Entsprechend des SCMs gliedern sich die inhaltlichen Kategorien in „Kompetenzzuschreibung“ und „Wärmezuschreibung“ sowie in „Sprecher Kompetenzzuschreibung“ und „Sprecher Wärmezuschreibung“. Die Kategorien wurden um entsprechende Ankerbeispiele aus dem Untersuchungsmaterial ergänzt.

Im Vorfeld der Codierung wurden zwei Codebögen erstellt. Der erste Codebogen enthält alle Kategorien, die auf Artikelebene erstellt wurden. Der zweite Codebogen enthält alle Kategorien zu der Analyseeinheit der stereotypen Bewertungen. Vor der eigentlichen Analyse wurde das Codebuch in einer Probecodierung getestet. Dabei wurden 20 Artikel codiert. Es fiel auf, dass die formale Variable „Ressort“ nicht alle Ressorts der vier Tageszeitungen enthält. Dies wurde korrigiert. Außerdem gab es Schwierigkeiten bei der Variable „Unterschied“, da in einem Artikel mehrere Aspekte von Ost- und Westdeutschland miteinander verglichen wurden. Dieselbe Herausforderung gab es bei der Gesamtonalität. Im Codebuch wurde daher die Erläuterung überarbeitet und festgehalten, dass bei konkurrierenden Ergebnissen beziehungsweise Bewertungen die Dominanz, die Gewichtung und die Ausführlichkeit der Thematisierung des Ergebnisses oder der Bewertung entscheidend sind.

5.2.3 Inhaltsanalytische Gütekriterien

Nachdem das Messinstrument entwickelt wurde, muss überprüft werden, ob es geeignet ist. Zu den wichtigsten Gütekriterien für Inhaltsanalysen zählen die Reliabilität, die Zuverlässigkeit der Messung und die Validität, die Gültigkeit der Messung (Rössler, 2017, S. 205). Um eine Aussage über die Zuverlässigkeit des Messinstruments treffen zu können, wurde ein Intercoder-Reliabilitätstest durchgeführt. Hierfür wurden aus der Stichprobe jeweils fünf Artikel einer Tageszeitung ausgewählt und von der Forscherin und einem Kommilitonen codiert. Die Ergebnisse wurden dann miteinander verglichen und mithilfe der Statistik-Software SPSS der Reliabilitätskoeffizient Krippendorffs Alpha berechnet. Für die Variable „V05.Überschrift Artikelüberschrift“ konnte kein Reliabilitätskoeffizient berechnet werden, da es sich dabei nicht um eine numerische Variable handelt. Um eine möglichst hohe Zuverlässigkeit zu erreichen, galt das Ziel, bei den übrigen vier formalen Kategorien einen α -Wert $>0,9$ zu erreichen. Es zeigte sich, dass alle Variablen der formalen Kategorien identisch codiert wurden und das Ziel hier erreicht wurde. Bei den inhaltlichen Kategorien wurde ein α -Wert $>0,7$ angestrebt. Für 36 der 74 Variablen konnte kein Reliabilitätskoeffizient mit dem sogenannten „kappa-Befehl“ berechnet werden, da die Variablen identisch codiert wurden. Sie erreichen damit einen α -Wert von $+1,000$. Für vier Variablen ergab sich ein Wert von $0,000$. Eine Überprüfung der eingegebenen Daten zeigte, dass sich die Codebögen der Codierer hier nur in einem Fall unterschieden. Das heißt zum Beispiel, dass Codierer 1 in 20 Artikeln 20 Mal codierte, dass die Unternehmensstruktur in Ostdeutschland nicht thematisiert wird. Codierer 2 codierte dies in 19 Fällen. Aufgrund der großen Anzahl von 79 Variablen im Codebuch war es schwierig, bei einem Reliabilitätstest alle Variablen zu testen und die dafür nötige Varianz der Codierungen zu bekommen. Weitere sechs Variablen erreichten einen α -Wert $<0,7$. Drei davon erreichen den Wert $+0,6953$, was aufgrund der beschriebenen Herausforderung beim Reliabilitätstest als annehmbar angenommen wird. Drei Variablen erreichen einen α -Wert $<0,66$. Dies ist nicht hinnehmbar, weshalb das Codebuch an diesen Stellen überprüft wurde und mit dem zweiten Codierer die Fehlerquelle gesucht wurde. Dabei stellte sich heraus, dass der Codierer im Vorfeld der Codierung von der Forscherin noch ausführlicher geschult werden muss. Darüber hinaus wurden leichte Veränderungen am Codebuch in Form von ausführlicheren Beschreibungen der kritischen Kategorien vorgenommen. Für den Teil des Codebuchs, der sich auf die zweite Analyseeinheit, die stereotypen Bewertungen der Ostdeutschen bezieht, wurde keine Intercoder-Reliabilität

gemessen, da sich das Messinstrument hier an einem bereits bestehenden und getesteten Codebuch von Sielschott (2012) orientiert.

Die Validität ist deutlich schwieriger zu beurteilen als die Reliabilität. Die Tatsache, dass im Zuge der Erstellung des Codebuchs bereits eine erste Sichtung des Untersuchungsmaterials stattgefunden hat sowie auf frühere Forschungsarbeiten zurückgegriffen wurde und Auffangwerte (z.B. „Sonstige Handlungsempfehlung“) mitaufgenommen wurden, spricht dafür, dass die zu messenden Konstrukte durch die Messung vollständig abgebildet werden und keine relevanten Teilaspekte vergessen wurden.

6 Ergebnisse

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Datenauswertung dargestellt. Ziel ist, die Hypothesen zu prüfen und die vier Forschungsfragen zu beantworten. Die Daten werden dabei sowohl univariat als auch bivariat betrachtet. Um die Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen möglichst umfassend beschreiben zu können, wird das Material auf Medien-Frames und Stereotype hin untersucht. Es werden zunächst die Ergebnisse dargestellt, die sich auf die Medien-Frames beziehen (s. [Kap. 6.1](#)) und anschließend die, die sich auf die stereotypen Bewertungen der Ostdeutschen beziehen (s. [Kap. 6.2](#)).

Das Datenmaterial umfasst Angaben aus 180 Artikeln vierer Tageszeitungen. 90 Artikel stammen aus ostdeutschen Tageszeitungen (Sächsische Zeitung, Berliner Zeitung) und 90 Artikel aus westdeutschen Tageszeitungen (Hamburger Abendblatt, Der Tagesspiegel). Bevor die Daten hinsichtlich der Forschungsfragen untersucht und präsentiert werden, folgt zunächst ein Überblick über das erhobene Material auf Basis univariater Häufigkeitsauszählungen. Sie wurden mit dem Statistik-Programm SPSS erstellt und beziehen sich auf die gesamten Artikel. Der Rechtstrend in ostdeutschen Bundesländern dominiert demnach mit deutlichem Abstand die Themen in der Berichterstattung ($n=41$). Auf Platz zwei folgt der Prozess der Wiedervereinigung, die Ausgestaltung und Entwicklung der deutschen Einheit ($n=25$). Etwas weniger häufig werden wirtschaftliche Themen, wie die Rente der Ostdeutschen ($n=18$), Löhne in Ostdeutschland ($n=21$) und die Industrie, Branchen oder Märkte sowie deren Wirtschaftskraft ($n=19$) thematisiert. Bezogen auf die politischen Parteien geht es neben der AfD ($n=11$) häufig um die Partei Die Linke und deren Wahlkampf ($n=16$). Eine (zunehmende) Unzufriedenheit der Ostdeutschen wird in 18 Artikeln thematisiert.

Die in allen Artikeln mit Abstand am häufigsten genannten Akteure sind die Ostdeutschen selbst ($n=137$) und politische Akteure ($n=109$). Als Ursache für einen Sachverhalt wird am meisten das Gefühl der Ostdeutschen genannt, nicht oder falsch wahrgenommen zu werden ($n=27$) und es erfolgen Verantwortungszuschreibungen an Politiker ($n=109$). Als Lösung wird mehr finanzielle Unterstützung gefordert, beispielsweise in Form von Investitionen ($n=21$) und Gesprächen miteinander ($n=20$). Die Politik ist der am häufigsten genannte Adressat der Handlungsaufforderung ($n=53$). Die Häufigkeitsauszähl-

lungen zeigen auch: Die Berichterstattung über Ostdeutschland ist eher negativ. Wird eine Bewertung im Artikel vorgenommen, ist diese in 70,3 % aller Fälle negativ ($n=52$).

6.1 Medien-Frames

Das Untersuchungsinteresse, das dem folgenden Unterkapitel zugrunde liegt, bezieht sich auf themenspezifische Medien-Frames, die in der Berichterstattung über Ostdeutschland auftauchen. Die Daten werden zunächst hinsichtlich der einzelnen Frame-Elemente – *Problemdefinition, Verantwortungszuschreibung, Handlungsaufforderung, Bewertung* – untersucht und die Hypothesen dieses Komplexes geprüft. Anschließend werden mittels einer hierarchischen Clusteranalyse themenspezifische Medien-Frames identifiziert und Unterschiede zwischen den Medien erläutert.

6.1.1 Hypothesen-Komplex 1: Frame-Elemente in der Berichterstattung

H₁: In den meisten Artikeln wird die wirtschaftliche Entwicklung Ostdeutschlands thematisiert.

Die erste Hypothese bezieht sich auf das Frame-Element der Problemdefinition. Die Problemdefinition gliedert sich in dieser Forschungsarbeit in wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Kategorien. Da das Codebuch zu jeder dieser Kategorien mehrere Variablen enthält, wurden zunächst alle Variablen zusammengefasst, die sich auf die wirtschaftliche Situation und Entwicklung beziehen. Für die politische und gesellschaftliche Situation und Entwicklung wurde analog vorgegangen. Die Häufigkeitsauszählung zeigt, dass in 87 der 180 untersuchten Artikel die wirtschaftliche Entwicklung thematisiert wird. Das entspricht 48,3 % und somit nicht der Mehrheit. H_1 muss daher verworfen werden. Allerdings wird in der Berichterstattung die wirtschaftliche Entwicklung etwas häufiger thematisiert als die politische und gesellschaftliche Entwicklung.

Tabelle 4: Frame-Element Problemdefinition

Problemdefinition	Medium		Gesamt
	Ostdeutsche Tageszeitung	Westdeutsche Tageszeitung	
Wirtschaftliche Entwicklung	45 ^a	42	87
Politische Entwicklung	32	48	80
Gesellschaftliche Entwicklung	44	36	80

Anmerkungen. ^a Absolute Häufigkeiten.

Tabelle 4 zeigt, dass es hinsichtlich der genannten Problemdefinition kaum Unterschiede zwischen ost- und westdeutschen Tageszeitungen gibt. Lediglich beim Themenkomplex „Politische Entwicklung“ zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen den Tageszeitungen. Ein Chi-Quadrat-Test bestätigt die Signifikanz dieses Befunds. Er zeigt, dass ein Zusammenhang besteht zwischen der Tageszeitung und der Tatsache, ob politische Entwicklungen thematisiert werden, oder nicht (Chi-Quadrat(1)=5.760, $p=.016$, $n=180$). Der Zusammenhang ist allerdings nicht sehr stark ($\Phi=.179$, $p=.016$).

H₂: Die Verantwortungszuschreibung erfolgt in den meisten Artikeln situativ.

Im Datenmaterial konnten 171 Verantwortungszuschreibungen identifiziert werden. Tritt eine Verantwortungszuschreibung in einem Artikel auf, kann sie laut Matthes (2014, S. 11) situativ und personell erfolgen. Laut Häufigkeitsauszählung ist die Verantwortungszuschreibung in 114 von 180 Artikeln situativ. Das entspricht 63,3 % und somit der Mehrheit. Der Unterschied ist signifikant (Exakter Binomialtest, zweiseitig, $p=.000$, $n=180$), weshalb H₂ vorläufig angenommen wird. Tabelle 5 zeigt, dass es bei der Verantwortungszuschreibung keinen nennenswerten Unterschied zwischen west- und ostdeutschen Tageszeitungen gibt.

Tabelle 5: Frame-Element Verantwortungszuschreibung

Verantwortungszuschreibung	Medium		Gesamt
	Ostdeutsche Tageszeitung	Westdeutsche Tageszeitung	
situativ	59 ^a	55	114
personell	26	31	80

Anmerkungen. ^a Absolute Häufigkeiten.

H₃: Der Adressat der Handlungsaufforderung ist in den meisten Artikeln die Politik.

Die Häufigkeitsauszählung zeigt, dass in 53 der 180 Artikel der Adressat der Handlungsaufforderung die Politik ist. Das entspricht 29,4 % und somit nicht der Mehrheit. H₃ muss daher verworfen werden. Allerdings wird nur in 73 der 180 Artikel überhaupt ein Adressat genannt. Kommt es in einem Artikel zu einer Nennung eines Adressaten ist das in den meisten Fällen die Politik ($n=53$). Ostdeutsche oder andere Adressaten werden kaum

genannt. Tabelle 6 zeigt dabei keinen Unterschied zwischen west- und ostdeutscher Berichterstattung.

Tabelle 6: Frame-Element Handlungsaufforderung und Adressat

Adressat Handlungsaufforderung	Medium		Gesamt
	Ostdeutsche Tageszeitung	Westdeutsche Tageszeitung	
Ostdeutsche	5 ^a	3	8
Politik	26	27	53
Andere	9	3	12

Anmerkungen. ^a Absolute Häufigkeiten.

H₄: Die Gesamttonalität ist in den meisten Artikeln eher negativ.

In 52 von 180 Artikeln über Ostdeutschland und die Ostdeutschen ist die Gesamttonalität eher negativ. Das entspricht keiner Mehrheit, weshalb auch H₄ verworfen werden muss. Die Häufigkeitsauszählung zeigt allerdings, dass es sich eher um eine negative als positive Bewertung in den 74 Artikeln handelt, in denen es überhaupt zu einer Bewertung kommt. Der Unterschied ist signifikant (Exakter Binomialtest, zweiseitig, $p = .001$, $n = 74$). In 70,3 % aller Artikel mit einer Bewertung ist diese eher negativ. Zwischen den Medien gibt es dabei nur leichte Unterschiede, wie Tabelle 7 zeigt.

Tabelle 7: Frame-Element Bewertung

Gesamttonalität	Medium		Gesamt
	Ostdeutsche Tageszeitung	Westdeutsche Tageszeitung	
positiv	13 ^a	9	22
negativ	23	29	52

Anmerkungen. ^a Absolute Häufigkeiten.

6.1.2 Hypothesen-Komplex 2: Unterschiede der Frame-Elemente

H₅: In westdeutschen Tageszeitungen werden eher die Folgen der Wiedervereinigung als Ursache thematisiert, in ostdeutschen Tageszeitungen erfolgen eher Handlungsaufforderung an die Politik.

Um die Hypothese zu prüfen, wurde eine neue Variable „Folgen der Wiedervereinigung“ erstellt. Sie umfasst alle Variablen, die sich auf Ursachen beziehen, die in der Wiedervereinigung begründet liegen, wie beispielsweise Sozialisationserfahrungen in der DDR. Die Häufigkeitsaufzählung zeigt, dass die Daten das Gegenteil des ersten Teils der Hypothese postulieren. Nicht in westdeutschen, sondern in ostdeutschen Tageszeitungen werden eher die Folgen der Wiedervereinigung thematisiert. Der Unterschied ist allerdings gering und ein Chi-Quadrat-Test zeigt, dass es keinen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen der Thematisierung der Folgen der Wiedervereinigung und der Tageszeitung gibt. Die Daten sind somit unabhängig voneinander ($\text{Chi-Quadrat}(1) = .806$, $p = .369$, $n = 180$). Bezüglich des zweiten Teils der Hypothese kann im Datenmaterial nahezu kein Unterschied zwischen ost- und westdeutschen Tageszeitungen gefunden werden. In ost- und westdeutschen Tageszeitungen erfolgen beinahe gleich häufig Handlungsaufforderungen an die Politik. H_5 wird daher verworfen.

Tabelle 8: Folgen der Wiedervereinigung und Adressat Politik

	Medium		Gesamt
	Ostdeutsche Tageszeitung	Westdeutsche Tageszeitung	
Folgen der Wiedervereinigung	52 ^a	46	98
Adressat Politik	26	27	53

Anmerkungen. ^a Absolute Häufigkeiten.

H₆: Die Gesamttonalität der meisten Artikel ist in westdeutschen Tageszeitungen negativer als in ostdeutschen Tageszeitungen.

Tabelle 7 zeigt, dass es in westdeutschen Tageszeitungen mehr Artikel mit negativer Gesamttonalität ($n = 29$) gibt als in ostdeutschen Tageszeitungen ($n = 23$). Die Datenauswertung zeigt außerdem, dass der Anteil der positiven Artikel in ostdeutschen Tageszeitungen etwas größer ist als in westdeutschen Tageszeitungen. So sind 36,1 % aller Artikel mit Bewertung in ostdeutschen Tageszeitungen positiv und lediglich 23,7 % aller Artikel in westdeutschen Tageszeitungen. Die Fallzahlen sind dabei jedoch sehr gering. Des Weiteren sind 76,3 % aller Artikel mit Bewertung in westdeutschen Tageszeitungen negativ und nur 63,9 % aller Artikel in ostdeutschen Tageszeitungen. Es wurde ein Chi-Quadrat-Test durchgeführt, dessen Ergebnis jedoch besagt, dass es keinen statistisch signifikanten

Zusammenhang zwischen der Gesamttonalität und der Tageszeitung gibt und die Daten somit unabhängig voneinander sind ($\text{Chi-Quadrat}(1) = 1.367$, $p = .242$ $n = 74$). H_6 wird daher verworfen.

6.1.3 Clusteranalyse zur Frame-Identifikation

Um Medien-Frames in der Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen zu erfassen, wurde eine hierarchische Clusteranalyse durchgeführt, wie es Matthes und Kohring (2004) vorschlagen. Das hierarchische Verfahren wird häufig in empirischen Arbeiten zu Frames angewandt (Backhaus et al., 2008, S. 459) und bietet den Vorteil, dass die Anzahl der Cluster nicht im Vorhinein festgelegt werden muss. Das ist gerade bei wenig erforschten Themenbereichen, wie diesem, nützlich. Zunächst wurden alle Variablen von der Analyse ausgeschlossen, deren Häufigkeit unter fünf Prozent lag, das heißt, die weniger als neun Mal vorkamen (Donk et al., 2012, S. 14). 23 Variablen wurden ausgeschlossen und am Ende gingen 49 Variablen in die Analyse ein. Die Daten der west- und ostdeutschen Tageszeitungen wurden auf sogenannte „Ausreißer“ hin untersucht. Ausreißer sind die Fälle, die sich sehr stark von den anderen Fällen unterscheiden und sich daher nicht gut einer Gruppe zuordnen lassen. Ziel der Clusteranalyse ist es, möglichst homogene Gruppen zu erhalten, weshalb diese Fälle von der Analyse ausgeschlossen wurden. Zur Identifikation möglicher Ausreißer eignet sich das Single-Linkage-Verfahren. Für westdeutsche Tageszeitungen wurde kein Ausreißer identifiziert, für ostdeutsche Tageszeitungen wurden zwei Ausreißer identifiziert und von der folgenden Analyse ausgeschlossen. Anschließend wurden per Ward-Verfahren schrittweise Gruppen gebildet, dem als Proximitätsmaß die quadrierte Euklidische Distanz zugrunde gelegt wurde. Mittels des Ellbogen-Kriteriums konnten vier verschiedene Cluster in westdeutschen Tageszeitungen und drei verschiedene Cluster in ostdeutschen Tageszeitungen ermittelt werden, die folgend als Medien-Frames interpretiert werden. Andere Clusterlösungen erschienen aufgrund zu geringer Fallzahlen innerhalb eines Clusters als nicht sinnvoll.

Tabelle 9 und Tabelle 10 zeigen die Mittelwerte der jeweiligen Variablen in den Frames. Die Betrachtung ermöglicht es, Aussagen über die Repräsentation der Variablen im Frame zu treffen und die erste Forschungsfrage zu beantworten, welche themenspezifischen Medien-Frames sich in der Berichterstattung über Ostdeutschland in west- und ostdeutschen Tageszeitungen identifizieren lassen.

Tabelle 9: Mittelwerte der Variablen im Cluster in westdeutschen Tageszeitungen

Variablen	Frames			
	1	2	3	4
Problemdefinition				
<i>Unterthemen</i>				
Rente	0,03	0,38	0,05	0,09
Löhne	0,09	0,15	0,05	0,04
Arbeitsbedingungen	0,06	0,08	0,14	0,09
Führungsposition	0,03	0,08	0,1	0,09
Industrie	0,13	0	0	0,13
Treuhand	0,03	0	0	0,09
Sonstige wirtschaftliche Entwicklungen	0,13	0,15	0,10	0
Rechtstrend	0,38	0,08	0,00	0,43
AfD Wahlkampf	0,13	0,08	0	0,04
Die LINKE	0,16	0	0	0,17
Die Grünen	0,03	0,15	0,19	0
SPD	0,09	0,08	0	0,04
Sonstige politische Entwicklungen	0	0	0	0
Demografie	0,13	0	0,05	0
Ostdeutsche Frauen	0,06	0	0	0
Unzufriedenheit	0,13	0,08	0,05	0,17
Wiedervereinigung	0,06	0	0,05	0,43
Ostdeutsche Identität	0	0	0	0
Sonstiges Thema	0,03	0,15	0,05	0,04
<i>Akteure</i>				
Ostdeutsche	0,81	0,62	0,52	0,96
Westdeutsche	0,28	0,15	0,10	0,04
Deutsche Bevölkerung	0	0,23	0,24	0,13
Politische Akteure	0,59	0,54	0,52	1
Wirtschaftliche Akteure	0,09	0,08	0,29	0,13
Behörden	0	0	0,05	0,04
Experten	0,16	0,38	0	0
Kultur	0,19	0	0,1	0,04
Verantwortungszuschreibung				
Infrastruktur	0,03	0	0	0,09
Demografie	0,13	0	0	0,04

Unternehmensstruktur	0,13	0	0	0,04
Sonstige wirtschaftliche Bedingungen	0,09	0	0	0,09
Benachteiligung	0,06	0,08	0	0,35
Politische Unzufriedenheit / Skepsis	0,13	0	0	0,04
DDR Sozialisation	0,09	0	0	0,13
Erfahrung nach der Wende	0,09	0	0	0,26
Beachtung	0,22	0	0	0,35
Sonstige Folgen Wiedervereinigung	0,06	0,08	0,05	0,04
Politiker	0,31	0,15	0	0,39
Sonstige Ursache	0,12	0,23	0	0,04
Keine Ursache	0,09	0,54	0,95	0
Handlungsaufforderung				
Finanzielle Unterstützung	0	0,15	0	0,30
Austausch	0	0,08	0,14	0,43
Sonstige Lösung	0,06	0,46	0,1	0,22
Keine Lösung	0,91	0,15	0,76	0,04
<i>Adressat</i>				
Politik	0,03	0,92	0	0,57
Andere	0	0,08	0,05	0,04
Kein Adressat	0,91	0,08	0,81	0,09
Gesamttonalität				
Eher positiv	0,22	0,15	0	0
Eher negativ	0,25	0,15	0,38	0,43

Der rechte Osten (n=32; 35,5 %)

Der Rechtstrend in Ostdeutschland und die Zustimmung der Wähler zur AfD dominiert dieses Cluster mit der größten Anzahl an Artikeln (38 %). In diesem Zusammenhang werden sehr häufig die Ostdeutschen genannt (81 %) und etwas weniger häufig politische Akteure (59 %). Als Ursache wird in 22 % der Artikel das Gefühl der Ostdeutschen genannt, nicht oder falsch wahrgenommen zu werden, oder, dass sie als Bürger zweiter Klasse behandelt werden. Die Verantwortung wird Politikern zugeschrieben (31 %). Lösungen oder Adressaten für eine Handlungsaufforderung werden indes nicht thematisiert. Bei der Gesamttonalität zeichnet sich keine Tendenz ab, denn es kommt beinahe genauso

häufig zu einer eher negativen Bewertung eines Sachverhalts (25 %) wie zu einer positiven Bewertung (22 %).

Die Rente der Ostdeutschen (n=13, 14,4 %)

In diesem Cluster geht es um die Rente der Ostdeutschen (38 %). Darin unterscheidet sich dieses Cluster signifikant von allen anderen. Neben den Ostdeutschen und politischen Akteuren werden in diesem Cluster so häufig wie in keinem anderen Cluster Experten genannt (38 %). Verantwortungszuschreibungen treten fast nicht auf. In beinahe der Hälfte der Artikel in diesem Cluster werden bezogen auf das Frame-Element Handlungsaufforderung „Sonstige Lösungen“ genannt und in beinahe jedem Artikel ist der Adressat der Handlungsaufforderung die Politik. Auch darin unterscheidet sich das Cluster signifikant von den anderen. Im Hinblick auf die Gesamttonalität fällt diese neutral, weder positiv (15 %) noch negativ (15 %) aus.

Wirtschaft und Die Grünen (n=21, 23,3 %)

In diesem Cluster lässt sich nicht eindeutig ein Thema identifizieren. Am häufigsten werden noch die Arbeitsbedingungen in ostdeutschen Bundesländern (14 %) und die Partei Die Grünen (19 %) thematisiert. Die Häufigkeiten sind allerdings sehr gering. Es werden in etwa der Hälfte aller Artikel des Clusters Ostdeutsche und politische Akteure genannt, aber auch die gesamte deutsche Bevölkerung (24 %) und wirtschaftliche Akteure (29 %) erwähnt. Es werden weder Ursachen noch Lösungen oder Adressaten einer Handlungsaufforderung genannt. Kommt es zu einer Bewertung, ist diese meist negativ (38 %).

Vereint, aber politisch gespalten? (n=24, 26,6 %)

Der Rechtstrend im Osten (43 %) wird in diesem Cluster gleich häufig thematisiert wie der Prozess der Wiedervereinigung und die Ausgestaltung der deutschen Einheit (43 %). Hinsichtlich der Thematisierung der Wiedervereinigung unterscheidet sich das Cluster signifikant von allen anderen. Ostdeutsche (96 %) und politische Akteure (100 %) werden in nahezu allen Artikeln genannt. Der Unterschied zu den anderen Clustern ist, bezogen auf die politischen Akteure, ebenfalls signifikant. Bei der Verantwortungszuschreibung dominieren die Benachteiligung Ostdeutscher zum Beispiel bezogen auf das Lohnniveau (35 %), eine mangelnde Beachtung Ostdeutscher (35 %) und der Politik wird Verantwortung zugeschrieben (39 %). Als Lösung wird ein Austausch und mehr Gespräche

miteinander gefordert (43 %). Werden Handlungsaufforderungen an eine Gruppe adressiert, so ist das in den meisten Fällen die Politik (57 %). Die Gesamtonalität fällt so negativ aus wie in keinem anderen Cluster (43 %).

Tabelle 10: Mittelwerte der Variablen im Cluster in ostdeutschen Tageszeitungen

Variablen	Frames		
	1	2	3
Problemdefinition			
<i>Unterthemen</i>			
Rente	0,03	0,03	0,32
Löhne	0	0,03	0,63
Arbeitsbedingungen	0	0	0,26
Führungsposition	0,1	0,05	0,05
Industrie	0,03	0,16	0,21
Treuhand	0,19	0	0
Sonstige wirtschaftliche Entwicklungen	0,06	0,05	0,16
Rechtstrend	0,26	0,24	0
AfD Wahlkampf	0,03	0,11	0
Die LINKE	0,13	0,05	0,05
Die Grünen	0,1	0,03	0
SPD	0,03	0,08	0,05
Sonstige politische Entwicklungen	0,06	0	0
Demografie	0,03	0,05	0,11
Ostdeutsche Frauen	0,06	0,11	0,05
Unzufriedenheit	0,1	0,05	0,05
Wiedervereinigung	0,26	0,05	0,05
Ostdeutsche Identität	0,13	0,18	0
Sonstiges Thema	0,06	0,13	0
<i>Akteure</i>			
Ostdeutsche	0,74	0,71	0,89
Westdeutsche	0,13	0,32	0,32
Deutsche Bevölkerung	0,03	0,08	0
Politische Akteure	0,74	0,39	0,47
Wirtschaftliche Akteure	0,1	0,13	0,42
Behörden	0,16	0,05	0,11
Experten	0,06	0,18	0,37

Kultur	0,13	0,21	0
Verantwortungszuschreibung			
Infrastruktur	0,06	0,05	0,11
Demografie	0	0,08	0,05
Unternehmensstruktur	0	0,11	0,26
Sonstige wirtschaftliche Bedingungen	0,03	0,03	0,37
Benachteiligung	0,03	0,05	0,11
Politische Unzufriedenheit / Skepsis	0	0,16	0
DDR Sozialisation	0,03	0,21	0
Erfahrung nach der Wende	0,23	0,03	0
Beachtung	0,19	0,13	0
Sonstige Folgen Wiedervereinigung	0,19	0,05	0,11
Politiker	0,06	0,16	0,11
Sonstige Ursache	0,13	0,03	0,05
Keine Ursache	0,19	0,39	0,21
Handlungsaufforderung			
Finanzielle Unterstützung	0,06	0,03	0,47
Austausch	0,19	0	0
Sonstige Lösung	0,45	0	0,16
Keine Lösung	0,19	0,92	0,37
<i>Adressat</i>			
Politik	0,39	0,03	0,63
Andere	0,19	0	0,16
Kein Adressat	0,16	0,95	0,16
Gesamttonalität			
Eher positiv	0,06	0,18	0,21
Eher negativ	0,16	0,16	0,58

Vereint, aber politisch gespalten? (n=31, 35,2 %)

Der Rechtstrend im Osten (26 %) wird in diesem Cluster gleich häufig thematisiert wie der Prozess der Wiedervereinigung und die Ausgestaltung der deutschen Einheit (26 %). Im Hinblick auf genannte Akteure dominieren Ostdeutsche (74 %) und politische Akteure (75 %) das Cluster. Werden Ursachen genannt, so sind das am häufigsten die Erfahrungen nach der Wende (23 %), mangelnde Beachtung Ostdeutscher (19 %) und sonstige Folgen der Wiedervereinigung (19 %). Hinsichtlich der Nennung von Erfahrungen nach der

Wende unterscheidet sich das Cluster signifikant von allen anderen. In knapp der Hälfte aller Artikel werden sonstige Lösungen gefordert und selten ein Austausch. Hierin unterscheidet sich das Cluster signifikant von den anderen. Adressiert sind die Handlungsaufforderungen am häufigsten an die Politik. Die Gesamttonalität fällt in nahezu allen Artikeln neutral aus und es kommt nur in 16 % aller Artikel zu einer negativen Bewertung.

Rechtsruck im Osten und ostdeutsche Identität (n=38, 43,2 %)

Das Cluster mit der größten Anzahl an Artikeln dominieren der Rechtstrend in Ostdeutschland (24 %) und die ostdeutsche Identität oder bestimmte Eigenschaften, die im Zusammenhang damit genannt werden (18 %). In 71 % aller Artikel werden die Ostdeutschen als Akteure genannt. Politische Akteure (39 %) und Westdeutsche (32 %) werden in deutlich weniger Artikeln genannt. Artikel dieses Clusters thematisieren weder eine Ursache (39 %) noch eine Lösung (92 %) oder einen Adressaten (95 %). In etwa gleich viele Artikeln findet eine positive (18 %) und negative (16 %) Bewertung statt. Die Gesamttonalität ist in der Mehrheit der Artikel allerdings neutral.

Wirtschaft in Ostdeutschland (n=19, 21,6 %)

Wirtschaftliche Themen überwiegen in diesem Cluster. Es geht um die Löhne in Ostdeutschland (63 %), die Arbeitsbedingungen (26 %) und die Rente der Ostdeutschen (32 %). Darin unterscheidet sich das Cluster signifikant von den anderen. Es werden dabei die Ostdeutschen (89 %) und politische Akteure (47 %) genannt, aber auch wirtschaftliche Akteure (42 %) und Experten (37 %). Bezüglich der Nennung wirtschaftlicher Akteure unterscheidet sich das Cluster von allen anderen. Passend zu den Wirtschaftsthemen werden der Unternehmensstruktur in Ostdeutschland (26 %) und sonstigen wirtschaftlichen Bedingungen (37 %) die Verantwortung zugeschrieben. Auch bezüglich der Nennung sonstiger wirtschaftlicher Bedingungen unterscheidet sich das Cluster signifikant von allen anderen. Es wird vor allem finanzielle Unterstützung gefordert (47 %, signifikanter Unterschied zu den anderen Clustern) und die Forderungen richten sich in 63 % aller Artikel an die Politik. Im Hinblick auf die Gesamttonalität unterscheidet sich dieses Cluster signifikant von allen anderen. Sie ist in diesem Cluster so negativ wie in keinem anderen. 48 % aller Artikel beinhalten eine negative Bewertung.

6.1.4 Unterschiede der themenspezifischen Medien-Frames

Der erste Unterschied, der auffällt, ist, dass für west- und ostdeutsche Tageszeitungen eine unterschiedliche Anzahl an Frames identifiziert wurde. Für westdeutsche Tageszeitungen wurde eine Vier-Cluster-Lösung gewählt, für ostdeutsche Tageszeitungen eine Drei-Cluster-Lösung. Da ein Frame („*Wirtschaft und Die Grünen*“) in der westdeutschen Berichterstattung inhaltlich wenig aussagekräftig ist, lässt sich dieser Unterschied vernachlässigen. In west- und ostdeutscher Berichterstattung taucht der Frame auf, der von der Forscherin „*Vereint, aber politisch gespalten?*“ genannt wird. Der Rechtstrend im Osten und der Prozess der Wiedervereinigung dominieren diesen Frame. Allerdings wird der Rechtstrend in ostdeutscher Berichterstattung nur in 26 % aller Artikel thematisiert, die zum Frame gehören. In westdeutscher Berichterstattung hingegen wird er in 43 % aller Artikel erwähnt. Die Frames unterscheiden sich auch hinsichtlich der Verantwortungszuschreibung. In westdeutschen Tageszeitungen wird das Gefühl der Ostdeutschen, nicht oder falsch wahrgenommen zu werden, und die Benachteiligung Ostdeutscher als Ursache genannt, während in ostdeutschen Tageszeitung auch die Erfahrungen nach der Wende und sonstige Folgen der Wiedervereinigung thematisiert werden. Ein Frame, bei dem ausschließlich der Rechtstrend im Osten so dominiert, wie es ihn in der westdeutschen Berichterstattung gibt, lässt sich in ostdeutscher Berichterstattung nicht finden. Hier wird zwar auch in zwei Frames der Rechtstrend thematisiert, aber dabei auch andere Themen, wie die ostdeutsche Identität. Die Frames, die sich bezogen auf die Problemdefinition eher mit der wirtschaftlichen Situation und Entwicklung in Ostdeutschland auseinandersetzen, unterscheiden sich insofern, dass in der westdeutschen Berichterstattung ein Fokus auf der Rente der Ostdeutschen liegt, in ostdeutscher Berichterstattung liegt er auf den Löhnen in Ostdeutschland. In der westdeutschen Berichterstattung werden in keinem Frame wirtschaftliche Bedingungen als Ursache genannt, in Artikeln aus ostdeutschen Tageszeitungen hingegen werden die Unternehmensstruktur und sonstige wirtschaftliche Bedingungen thematisiert. Des Weiteren fällt in ostdeutschen Tageszeitungen in zwei von drei Frames die Gesamttonalität neutral aus. In zwei von vier Frames in westdeutschen Tageszeitungen hingegen fällt die Gesamttonalität eher negativ aus.

Eine Antwort auf die zweite Forschungsfrage ist somit, dass sich die Medien-Frames nicht deutlich in den genannten Problemdefinitionen unterscheiden, jedoch hinsichtlich der Dominanz einzelner Themen, wie beispielsweise dem Rechtstrend im Osten, der die

Medien-Frames in westdeutscher Berichterstattung noch deutlicher beherrscht. Eine weitere Erkenntnis ist, dass sich die Medien-Frames in der Berichterstattung in West- und Ostdeutschland vor allem hinsichtlich der genannten Verantwortungszuschreibungen und Handlungsaufforderungen unterscheiden.

6.2 Stereotype Bewertungen

Das Ziel der vorliegenden Untersuchung ist nicht, nur themenspezifische Medien-Frames zu identifizieren, sondern auch stereotype Bewertungen in der Berichterstattung zu finden und näher zu beschreiben. Im Untersuchungsmaterial konnten insgesamt 58 gruppenbezogene Bewertungen der Ostdeutschen identifiziert werden. Tabelle 11 zeigt die Fallzahlen der stereotypen Bewertungen in den Tageszeitungen.

Tabelle 11: Stereotype Bewertung in Tageszeitung

	Medium				Gesamt
	SZ	BZ	HA	TGSP	
Stereotype Bewertung	19 ^a	13	11	15	58

Anmerkungen. ^a Absolute Häufigkeiten.

Die wörtlich codierten stereotypen Bewertungen erwecken zunächst einen ambivalenten Eindruck. So sind die Ostdeutschen in der Berichterstattung „die Abgehängten“²⁴, aber auch unabhängig²⁵, „fleißig“²⁶ und offen²⁷. Ein Teil ist flexibel, mobil²⁸ und „kämpferisch“²⁹ und ein anderer Teil ist enttäuscht und verbittert³⁰. In der folgenden Auswertung der stereotypen Bewertungen werden die Hypothesen geprüft und dabei ein Überblick über die Bewertungen im erhobenen Datenmaterial gegeben und damit die dritte (s. [Kap. 6.2.1](#)) und vierte Forschungsfrage (s. [Kap. 6.2.2](#)) beantwortet.

²⁴ *Der Reiz des Fremden*, 02.10.2019, Berliner Zeitung

²⁵ „Ich kann viel liberaler sein als manche West-Frau“, 26.10.2019, Der Tagesspiegel

²⁶ „Viel Unrecht aus DDR-Zeiten ist nicht wieder gutzumachen“, 18.08.2019, Der Tagesspiegel

²⁷ *Geboren am Tag des Mauerfalls*, 07.11.2019, Berliner Zeitung

²⁸ *Die Ostfrau - das Rollenmodell der Zukunft?*, 15.10.2019, Sächsische Zeitung

²⁹ *Aufgeben gibt's nicht*, 11.09.2019, Berliner Zeitung

³⁰ *Eingeebnet*, 09.11.2019, Der Tagesspiegel

6.2.1 Hypothesen-Komplex 3: Stereotype Bewertungen

H₇: Ostdeutsche werden in den meisten Artikeln als eher kalt bewertet.

Stereotype Bewertungen finden nach Fiske et al. (2002) auf den Dimensionen Wärme und Kompetenz statt (s. [Kap. 3.3.2](#)) Die Häufigkeitsauszählung zeigt: Die Ostdeutschen werden in 42 von 180 Artikeln auf der Dimension Wärme beurteilt. In 54,8 % der Fälle werden sie als eher warm und in 45,2 % der Fälle als eher kalt bewertet. Es tritt also das Gegenteil der aufgestellten Hypothese ein und H₇ muss verworfen werden. Der Unterschied ist aber nicht signifikant (Exakter Binomialtest, zweiseitig, $p = .644$, $n = 42$). Der erste ambivalente Eindruck bestätigt sich somit. Werden Ostdeutsche auf der Dimension Wärme im Untersuchungsmaterial bewertet, so werden sie beinahe gleich häufig als warm und als kalt beschrieben. Die Ostdeutschen werden zwar als abweisend und spöttisch bewertet³¹ aber auch als sympathisch³² und tolerant.³³

H₈: Ostdeutsche werden in den meisten Artikeln als eher inkompetent bewertet.

In 45 von 180 Artikeln werden die Ostdeutschen auf der Dimension Kompetenz bewertet. Auch hier zeigt die Häufigkeitsauszählung ein gegenteiliges Bild, als angenommen. In 66,7 % der Fälle werden die Ostdeutschen als eher kompetent bewertet und in lediglich 33,3 % der Fälle als eher inkompetent. Der Unterschied ist signifikant (Exakter Binomialtest, zweiseitig, $p = .036$, $n = 45$). H₈ wird verworfen. Vor allem ostdeutsche Frauen werden im Untersuchungsmaterial eher als kompetent bewertet³⁴.

H₉: Die stereotype Bewertung wird in den Artikeln eher von zitierten Akteuren³⁵ vorgenommen als von den Journalisten selbst.

Auch hier zeigt die Häufigkeitsaufzählung ein anderes Ergebnis als angenommen. Von den insgesamt 58 stereotypen Bewertungen stammen 36,2 % von zitierten Akteuren und 63,9 % von Journalisten. Der Unterschied ist signifikant (Exakter Binomialtest, zweiseitig, $p = .048$, $n = 58$). H₉ wird verworfen. Wenn zitierte Akteure stereotype Bewertungen

³¹ *Die Stille und das Dorf*, 14.09.2019, Berliner Zeitung

³² *Geboren am Tag des Mauerfalls*, 07.11.2019, Berliner Zeitung

³³ „*Ich kann viel liberaler sein, als manche West-Frau*“, 26.10.2019, Der Tagesspiegel

³⁴ *Die Ostfrau - das Rollenmodell der Zukunft?*, 15.10.2019, Sächsische Zeitung; *Hamburger rechnen mit Eintrübung der Wirtschaftslage*, 23.07.2019, Hamburger Abendblatt

³⁵ Mit Akteuren sind Personen aus der Politik, Wirtschaft und Wissenschaft gemeint.

vornehmen, stammen diese Akteure meist aus den Bereichen Politik (n = 8), Kultur (n = 7), es sind Experten (n = 4) oder die Ostdeutschen selbst (n = 8).

6.2.2 Hypothesen-Komplex 4: Unterschiede der stereotypen Bewertungen

H₁₀: In der Berichterstattung westdeutscher Tageszeitungen finden sich mehr stereotype Bewertungen als in ostdeutschen Tageszeitungen.

Der Vergleich west- und ostdeutscher Tageszeitungen zeigt, dass in ostdeutschen Tageszeitungen mehr stereotype Bewertungen vorkommen als in westdeutschen Tageszeitungen. So finden sich 32 stereotype Bewertungen (55,2 %) in ostdeutschen Tageszeitungen und 26 (44,8 %) in westdeutschen Tageszeitungen. Der Unterschied ist nicht signifikant (Exakter Binomialtest, zweiseitig, $p = .512$, $n = 58$). H_{10} wird verworfen. Ein detaillierter Blick in die erhobenen Daten zeigt, dass es die meisten stereotypen Bewertungen in der Sächsischen Zeitung gibt (n = 19) und die wenigsten im Hamburger Abendblatt (n = 11).

H₁₁: In der Berichterstattung westdeutscher Tageszeitungen werden Ostdeutsche eher als inkompetent bewertet als in der Berichterstattung ostdeutscher Tageszeitungen.

In 15 Artikeln werden Ostdeutsche als inkompetent bewertet. Davon gehören 12 Artikel (80 %) zu ostdeutschen Tageszeitungen und drei Artikel (20 %) zu westdeutschen Tageszeitungen. H_{11} muss daher verworfen werden. Es besteht zudem kein statistisch signifikanter Zusammenhang zwischen der Bewertung auf der Dimension Kompetenz und der Tageszeitung. Dies liegt vermutlich an den kleinen Fallzahlen. Trotzdem ist auffällig, dass Ostdeutsche in westdeutschen Tageszeitungen kaum als inkompetent bewertet werden. In ostdeutschen Tageszeitungen hingegen beinahe gleich häufig als kompetent und als inkompetent, wie Tabelle 12 zeigt.

Tabelle 12: Bewertung Dimension Kompetenz

Dimension Kompetenz	Medium		Gesamt
	Ostdeutsche Tageszeitung	Westdeutsche Tageszeitung	
Eher kompetent	15 ^a	15	30
Eher inkompetent	12	3	15

Anmerkungen. ^a Absolute Häufigkeiten.

H₁₂: Akteure, die in westdeutschen Tageszeitungen zitiert werden, äußern sich eher abwertend³⁶ über die Ostdeutschen als Akteure in ostdeutschen Tageszeitungen.

Da sehr wenige stereotype Bewertungen von zitierten Akteuren vorgenommen wurden, ist es schwierig, diese Hypothese zu prüfen. Um dennoch Aussagen treffen zu können, wurde eine neue Variable „abwertende Bewertung“ berechnet. Eine abwertende Bewertung findet statt, wenn die Ostdeutschen entweder als kalt oder als inkompetent oder als kalt und inkompetent bewertet wurden. Von 30 abwertenden stereotypen Bewertungen werden 19 (63,3 %) keinem zitierten Akteur zugeordnet. Acht (26,7 %) werden einem zitierten Akteur aus einer ostdeutschen Tageszeitung und drei (10 %) einem zitierten Akteur einer westdeutschen Tageszeitung zugeordnet. H₁₂ muss daher verworfen werden, da sich auch hier ein gegenteiliges Ergebnis zeigt. Wie Tabelle 13 zeigt, sind die Fallzahlen allerdings zu gering, um eine Signifikanz zu prüfen.

Tabelle 13: Abwertende Bewertung und zitierter Akteur

	Medium		Gesamt
	Ostdeutsche Tageszeitung	Westdeutsche Tageszeitung	
Abwertende Bewertung von zitiertem Akteur	8 ^a	3	11
Keine abwertende Bewertung von zitiertem Akteur	6	4	10

Anmerkungen. ^a Absolute Häufigkeiten.

³⁶ Hinsichtlich der Bewertung auf den Dimensionen Wärme und Kompetenz.

7 Reflexion

Bevor die Ergebnisse abschließend eingeordnet werden und ein Ausblick für weitere Forschungsarbeiten gegeben wird, wird im folgenden Kapitel zunächst das methodische Vorgehen kritisch reflektiert. Dabei werden sowohl Stärken als auch Schwächen dieser Arbeit thematisiert, die bei künftigen Analysen beachtet werden sollten.

Das Untersuchungsinteresse der Arbeit liegt darin, mittels einer Inhaltsanalyse Medien-Frames und Stereotype in der Berichterstattung west- und ostdeutscher Tageszeitungen zu beschreiben. Im Vorfeld der Analyse wurden zwei west- und zwei ostdeutsche Tageszeitungen als Untersuchungsgegenstand ausgewählt. Die Auswahl der Untersuchungsobjekte war beschränkt, da eine Vielzahl der Zeitungen in Deutschland, zum Beispiel alle überregionalen Zeitungen, ausschließlich in Westdeutschland produziert werden. Daher wurden zwei Regionalzeitungen und zwei Zeitungen gewählt, die im Westen und im Osten von Berlin produziert werden. Dieses Vorgehen lässt sich insofern kritisieren, als dass die Tageszeitungen sich zwar hinsichtlich ihrer Auflagenzahl ähnlich sind, andere Aspekte, wie beispielsweise die Herkunft der Journalisten, allerdings nicht geprüft werden konnten. Da aufgrund begrenzter Kapazitäten nur vier Tageszeitungen analysiert wurden, sind die Ergebnisse außerdem nur beschränkt aussagekräftig für die gesamtdeutsche Berichterstattung. In folgenden Untersuchungen könnte darüber hinaus TV- und Radioberichterstattung in die Betrachtung mit einbezogen werden sowie Boulevardzeitungen, Wochenzeitungen und Magazine.

Die Untersuchung beschränkt sich außerdem auf einen Untersuchungszeitraum von 16 Wochen, der aufgrund von Schlüsselereignissen ausgewählt wurde. Eine Ausweitung auf weitere Schlüsselereignisse oder die Herstellung einer künstlichen Woche in einem längeren Untersuchungszeitraum würde den Stichprobenumfang vergrößern und somit möglicherweise weitere Erkenntnisse hinsichtlich verwendeter Frames und Stereotype in der Berichterstattung liefern. Die identifizierten Frames wären dadurch außerdem weniger stark von den Schlüsselereignissen beeinflusst, in diesem Fall die Wahlen in ostdeutschen Bundesländern und das Jubiläum des Mauerfalls. Bei der Auswahl der Artikel wurde sich bewusst für wenige Suchbegriffe im Suchbefehl entschieden, um ein möglichst breites Spektrum abzudecken. Hinsichtlich möglicher Unterschiede zwischen west- und ostdeutschen Zeitungen wäre es interessant, ein einzelnes Thema oder Ereignis auszuwählen. So

könnte herausgefunden werden, ob sich die Berichterstattung beispielsweise über ostdeutsche Wirtschaftskraft in den Zeitungen unterscheidet.

Eine Stärke der vorliegenden Arbeit ist die Sichtung der 1.411 Artikel, die die Suche zunächst aufgrund des weitgefassten Suchbefehls ergab. Es mussten alle Artikel ausgeschlossen werden, die nicht für die Beantwortung der Forschungsfrage relevant waren und bestimmte Bedingungen erfüllten (s. [Kap. 5.2.1](#)). Dadurch konnte sich die Forscherin allerdings einen breiten und detaillierten Überblick über die Berichterstattung verschaffen, was bei der Erstellung des Codebuchs hilfreich war. In dieser Arbeit findet eine der ersten Analysen von Frames in der Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen statt, weshalb nicht auf bestehende Codebücher zurückgegriffen werden konnte. Eine Schwäche dieser empirischen Analyse ist, dass nur eine Forscherin das Codebuch entwickelt und codiert hat.

Die Methode zur Erfassung der Medien-Frames ermöglicht eine objektive und detaillierte Frame-Analyse. Das umfangreiche Codebuch mit 79 Variablen nahm beim Codieren eines Artikels viel Zeit in Anspruch. Häufigkeitsauszählungen zeigten im Anschluss, dass viele Variablen aus der Clusteranalyse ausgeschlossen werden konnten, da sie in weniger als 5 % der Fälle vorkamen. Für weitere Forschungsvorhaben lautet die Empfehlung daher, die Variablen, die sich auf das Frame-Element Problemdefinition beziehen, zu überarbeiten und die Anzahl an Variablen zu reduzieren. Für das Frame-Element Handlungsaufforderung hingegen müssen möglicherweise weitere Variablen definiert werden, da in mehreren Frames keine der definierten Variablen für die Handlungsaufforderung codiert wurden.

Besonders hinsichtlich der Identifikation von Stereotypen in der Berichterstattung hätte mehr Datenmaterial vermutlich aussagekräftigere Ergebnisse geliefert. Vor allem die Hypothese, die sich auf zitierte Akteure bezieht, war schwer zu überprüfen, da nahezu keine zitierten Akteure in der Stichprobe codiert wurden. Des Weiteren gab es einzelne stereotype Bewertungen, wie „enttäuscht“, die nur schwer mittels den Dimensionen Wärme und Kompetenz eingeordnet werden konnten. Auch wenn es sich um sehr wenige Fälle handelt, kann diese Beobachtung in weiterführenden Arbeiten berücksichtigt und die

Kategorien erweitert werden, die sich auf die Analyseeinheit der stereotypen Bewertungen beziehen.

Eine weitere Stärke dieser Forschungsarbeit ist die Identifikation von Frames und Stereotypen, woraus sich ein umfassendes Bild der Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen zeichnen lässt. Auch wenn sich nicht alle Hypothesen bestätigen ließen, konnten doch spannende neue Erkenntnisse gewonnen werden, die im Rahmen des Forschungsdesigns möglich waren. Zugunsten tiefergreifender Ergebnisse könnte in weiterführenden Forschungsarbeiten nicht nur der Untersuchungszeitraum und die Untersuchungsobjekte ausgeweitet werden, es könnte außerdem die Methode der Inhaltsanalyse mit einer Befragung von Rezipienten oder Journalisten ergänzt werden.

8 Fazit

Journalisten selektieren Ereignisse, betonen Information und liefern damit Alltagswissen. Betrachtet man die Ereignisse, über die Journalisten 2019 berichteten, wenn es um Ostdeutschland und die Ostdeutschen geht, zeigt sich zunächst ein ausgewogenes Bild. Wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Themen werden etwa gleich häufig behandelt. Damit scheinen sich die vorliegenden Untersuchungsergebnisse zunächst von Jacob et al. (2019) zu unterscheiden. Bezieht man allerdings mit ein, dass im Untersuchungszeitraum Schlüsselereignisse stattfanden, nämlich die Landtagswahlen und das Jubiläum des Mauerfalls, die dem politischen und gesellschaftlichen Themenkomplex zugeordnet werden können, bekommt der minimale Vorsprung, den wirtschaftliche Themen in den vorliegenden Ergebnissen haben, deutlich mehr Gewicht. Hinsichtlich der einzelnen Themen fällt auf, dass eines dominiert: Der allgemeine Rechtstrend im Osten, die wachsende Zustimmung zur AfD. Eine mögliche Erklärung für diesen Befund ist, dass im Untersuchungszeitraum drei Landtagswahlen in Ostdeutschland stattfanden, bei denen Umfragen schon im Vorfeld einen deutlichen Stimmenzuwachs für die AfD prognostizierten. Die AfD ist in Brandenburg, Sachsen und Thüringen so stark, wie in keinem anderen Bundesland der Republik. Dies war vermutlich der Grund, weshalb auch westdeutsche Tageszeitungen über diese Entwicklungen im Vorfeld der Wahlen berichteten. Dennoch wirft dieser Befund die Frage nach der Verhältnismäßigkeit auf. Vor allem angesichts der Tatsache, dass sich dieses Ergebnis mit einer Studie aus dem Jahr 2009 deckt. Belke fand heraus, dass bereits in den Jahren 1987 bis 2005 fast ein Drittel aller untersuchten TV-Beiträge die rechte Szene thematisieren. Inwiefern ist es gerechtfertigt, dem Wahlverhalten ausschließlich für eine Partei eine so große Aufmerksamkeit beizumessen und welchen Einfluss hat es auf die rund 75 % der Bürger, die nicht die AfD wählen? Über Wirkungen der Nachrichten, Reportagen und Kommentare auf Rezipienten kann die vorliegende Arbeit keine Aussagen treffen. Jedoch geben die Ergebnisse Anlass, sich diesen Fragen in weiteren Untersuchungen anzunehmen.

Neben den Themen, Verantwortungszuschreibungen und Handlungsaufforderungen untersucht die vorliegende Arbeit die Artikel auch auf ihre Gesamtonalität hin. In 41 % der 180 Artikel kommt es zu einer Bewertung eines Themas. Dieses Ergebnis allein ist wenig aussagekräftig, gehört es doch zur täglichen Arbeit eines Journalisten, Verbesserungen und Verschlechterungen einer Situation zu nennen, Chancen und Risiken abzuwägen. Im

Hinblick auf die Art der Tonalität der Artikel über die ostdeutsche Gegenwart zeigt sich jedoch, dass negative Bewertungen dominieren. Diese Bilanz deckt sich mit früheren Forschungsarbeiten. Dabei hätte es 2019 Anlass für positive Meldungen gegeben, da Ostdeutschland Berichten zufolge beispielsweise hinsichtlich Beschäftigungsquote, Wirtschaftskraft und Einkommen aufholt. Da Negativismus zu den zentralen Nachrichtenfaktoren zählt, kann nicht abschließend bestimmt werden, ob Artikel in Tageszeitungen generell eher negativ als positiv sind, oder, ob es einen kausalen Zusammenhang mit der Berichterstattung über Ostdeutschland gibt. Eine Studie, die beispielsweise untersucht wie über Westdeutschland berichtet wird, könnte hier Aufschluss geben. Somit wäre ein Vergleich der Berichterstattung über Ost- und Westdeutschland möglich.

Die vorliegende Arbeit identifiziert nicht nur themenspezifische Medien-Frames, sondern sucht darüber hinaus Unterschiede zwischen west- und ostdeutscher Berichterstattung. Der Rechtstrend dominiert die Frames in der westdeutschen Berichterstattung deutlicher als die Frames in der ostdeutschen Berichterstattung. Darüber hinaus unterscheiden sich die Frames in ihrer Verantwortungszuschreibung und Handlungsaufforderung. In ostdeutschen Tageszeitungen werden auch Erfahrungen nach der Wende als Ursache genannt und nicht ausschließlich das Bild des „abgehängten Ossi“ gezeichnet. In den Frames, die sich thematisch mit der wirtschaftlichen Situation und Entwicklung beschäftigen, werden in ostdeutschen Tageszeitungen wirtschaftliche Bedingungen als Ursachen genannt, in westdeutschen Tageszeitungen nicht. Die identifizierten Frames sind Berichterstattungsmuster, die im untersuchten Zeitraum auftreten. Die unterschiedliche Thematisierung von Ursachen, sowohl quantitativ als auch inhaltlich, erweckt den Eindruck, dass Artikel über Ostdeutschland in ostdeutschen Medien mehr in die Tiefe gehen, indem sie mehr Erklärungen für eine bestimmte Situation liefern und die einzelnen Muster weniger von nur einem Thema, dem Rechtstrend, dominiert sind. Von dieser Art des Unterschieds wurde erwartet mehrere zu finden. Zusammenfassend stellen die Ergebnisse jedoch nur wenige Unterschiede zwischen den Tageszeitungen heraus. Dies könnte ein Indikator dafür sein, dass der Vorwurf berechtigt ist, in ostdeutschen Redaktionen bestimmen die Westdeutschen. Allerdings handelt es sich dabei lediglich um eine Hypothese, die geprüft werden könnte, indem Artikel von Journalisten west- und ostdeutscher Herkunft miteinander verglichen werden.

Nicht nur Frames, sondern auch Stereotype tauchen in der Medienberichterstattung auf und waren Untersuchungsobjekte der vorliegenden Arbeit. Die übergeordnete Annahme, dass es vor allem in westdeutschen Tageszeitungen negative stereotype Bewertungen gibt, lässt sich nicht bestätigen. Im Gegenteil zeigen die ausgewerteten Daten, dass es in westdeutschen Tageszeitungen nur zwölf stereotype Bewertungen gibt, die von der Forscherin als eher kalt und eher inkompetent codiert wurden. In ostdeutschen Tageszeitungen hingegen gibt es 22. Hierbei muss allerdings beachtet werden, dass in den ostdeutschen Tageszeitungen allgemein mehr stereotype Bewertungen identifiziert wurden. Eine mögliche Ursache kann sein, dass in ostdeutschen Tageszeitungen die meisten der untersuchten Artikel im Lokalressort erschienen sind, es dabei häufiger ostdeutsche Protagonisten gab und somit auch mehr stereotype Bewertungen der Ostdeutschen. In westdeutschen Tageszeitungen hingegen wurden die meisten Artikel im Politikressort verortet. Über alle vier Zeitungen hinweg sind die stereotypen Bewertungen der Ostdeutschen hinsichtlich der Dimensionen Kompetenz und Kälte ausgewogen. Zudem konnte kein gravierender Unterschied zwischen den Tageszeitungen festgestellt werden, außer bei der Bewertung der Ostdeutschen als eher inkompetent. Diese fand in ostdeutschen Tageszeitungen deutlich häufiger statt. Damit decken sich die Ergebnisse weder mit den vorher getroffenen Annahmen noch mit dem bisherigen Forschungsstand. Aufgrund geringer Fallzahlen müssen die vorliegenden Ergebnisse vorsichtig interpretiert werden. Dennoch stellt sich die Frage, ob es sich um eine ausgeglichene Berichterstattung handelt. Möglicherweise kommen in der gleichen Anzahl an Artikeln über Ostdeutschland die Ostdeutschen als Protagonisten in ostdeutschen Tageszeitungen häufiger vor. Dies stellt allerdings nur eine Annahme dar, die nachfolgende Arbeiten prüfen können.

Die Bundeskanzlerin Angela Merkel beschrieb 30 Jahre nach dem Mauerfall die deutsche Einheit als fortwährenden Prozess und ständigen Auftrag. Journalisten und Medien stecken mitten in diesem Prozess, von dem diese Arbeit einen Ausschnitt zeigt. Zu Beginn wurde angemerkt, dass Sprache unser Denken und Handeln bestimmt (Wehling, 2016), weshalb sie immer wieder kritisch hinterfragt werden muss. Die vorliegende Arbeit hat das bezogen auf die Sprache in Artikeln über Ostdeutschland und die Ostdeutschen getan. Sie ist dabei nicht frei von Limitationen, die bereits beleuchtet wurden (s. [Kap. 7](#)). Dennoch stellt sie einen explorativen Vorstoß in die Erforschung themenspezifischer Medien-Frames und Stereotype in der Berichterstattung über Ostdeutschland dar und wirft einige

Fragen auf, denen in weiteren Untersuchungen nachgegangen werden kann. Viele der anfangs vermuteten Unterschiede zwischen ost- und westdeutscher Berichterstattung trafen nicht zu und zumindest in Teilen wurde Johannes Hilljes Vorwurf bestätigt, die Medienberichterstattung über Ostdeutschland zeige selten ein differenziertes Bild.

Literaturverzeichnis

- Ahbe, T. (2004). Die Konstruktion der Ostdeutschen: Diskursive Spannungen, Stereotype und Identitäten seit 1989. *Aus Politik und Zeitgeschichte 41*, 12-22.
- Ahbe, T. (2009). Die Ost-Diskurse als Strukturen der Nobilitierung und Marginalisierung von Wissen. Eine Diskursanalyse zur Konstruktion der Ostdeutschen in den westdeutschen Medien-Diskursen 1989/90 und 1995. In T. Ahbe, R. Gries & W. Schmale (Hrsg.), *Die Ostdeutschen in den Medien: Das Bild von den Anderen nach 1990* (S. 59-112). Leipziger Universitätsverlag GmbH.
- Altmeppen, K.-D. (2008). Die soziale Verantwortung des Journalismus. *Communicatio Socialis*, 41(3), 241–253.
- Asbrock, F. (2008). *Die Systematik diskriminierenden Verhaltens gegenüber unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen*. Dissertation. Universität Bielefeld. https://pub.uni-bielefeld.de/download/2305380/2305383/asbrock_dissertation.pdf
- Appel, M. (2008). Medienvermittelte Stereotype und Vorurteile. In B. Batinic & M. Appel (Hrsg.), *Medienpsychologie*, (S. 313-335). Springer Medizin Verlag.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., & Weiber, R. (2018). *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung*. (15. Aufl.). Springer Gabler.
- Beck, K. (2013). Lasswell-Formel. In G. Bentele, H.-B. Brosius & O. Jarren (Hrsg.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (2., überarb. u. erw. Aufl., S.182). Springer VS.
- Behlendorf, N. (2019, 14. August). *ZDF-Doku „Am Puls Deutschlands“*. *Abgehängt und abgeschrieben – das Gefühl im Osten*. <https://www.zdf.de/nachrichten/heute/was-mich-im-osten-stoert-mit-jochen-breyer-am-puls-deutschlands-100.html> [20.20.20 20].
- Belke, J. (2009). Das Bild der Ostdeutschen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Eine Diskursanalyse des ARD-Politmagazins KONTRASTE in der Zeit von 1987-2005. In T. Ahbe, R. Gries & W. Schmale (Hrsg.), *Die Ostdeutschen in den Medien: Das Bild von den Anderen nach 1990* (S. 135-180). Leipziger Universitätsverlag GmbH.
- Belok, F., & Faus, R. (2017). *Kartografie der politischen Landschaft in Deutschland. Die wichtigsten Ergebnisse für Ostdeutschland*. *Empirische Sozialforschung* 8. Friedrich-Ebert-Stiftung, Forum Berlin.

- Benford, R. D., & Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual review of sociology*, 26(1), 611-639.
- Bigalke, K., & Richter, M. (2019, 26. Oktober). *Medien über Ostdeutschland: 50 Shades of Grey*. Deutschlandfunk Kultur https://www.deutschlandfunkkultur.de/vorurteile-im-journalismus-medien-ueber-ostdeutschland-50.1264.de.html?dram:article_id=461953 [05.11.2020].
- Blöbaum, B. (2016). Journalismus als Funktionssystem der Gesellschaft. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 151-164). Springer VS.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi). (2019). *Jahresbericht der Bundesregierung zum Stand der Deutschen Einheit 2019*. Öffentlichkeitsarbeit.
- Dähler, S., Carrasco Heiermann, A., Sütterlin, S., Slupina, M., Sixtus, F., Gärtner, A., & Hinz, C. (2020). *Vielfalt der Einheit. Wo Deutschland nach 30 Jahren zusammengewachsen ist*. Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung. https://www.berlin-institut.org/fileadmin/Redaktion/Publikationen/156_VielfaltderEinheit/BI_Einheitstudie2020_online_01.pdf [05.11.2020].
- Dahinden, U. (2006). *Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation*. Herbert von Halem Verlag.
- Decker, O., Kiess J., Schuler, J., Handke, B., & Brähler, E. (2018). Die Leipziger Autoritarismus-Studie 2018: Methode, Ergebnisse und Langzeitverlauf. In O. Decker & E. Brähler (Hrsg.), *Flucht ins Autoritäre. Rechtsextreme Dynamiken in der Mitte der Gesellschaft. Die Leipziger Autoritarismus-Studie 2018* (S. 65-116). Psycho-sozial-Verlag.
- Devine, P. (1989). Stereotypes and Prejudice: Their Automatic and Controlled Components. *Journal of Personality and Social Psychology* 56(1), 5-18.
- Donk, A., Metag, J., Kohring, M., & Marcinkowski, F. (2012). Framing Emerging Technologies: Risk Perceptions of Nanotechnology in the German Press. *Science Communication* 34(1), 5-29.
- Entman, Robert M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication* 43(4), 51-58.
- Faus, R., & Storcks, S. (2019). Im vereinten Deutschland geboren – in den Einstellungen gespalten? OBS-Studie zur ersten Nachwendegeneration. *OBS-Arbeitsheft* (96). Otto Brenner Stiftung.

- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 878-902.
- Früh, W. (2015). *Inhaltsanalyse: Theorie und Praxis*. (8. überarb. Aufl.). UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of communication*, 26(2), 172-199.
- Görke, A. (1999). *Risikojournalismus und Risikogesellschaft. Sondierung und Theorieentwurf*. Westdeutscher Verlag.
- Görke, A. (2014). Vom Hasen und vom Igel – oder warum der Journalismus sein Publikum stets erfolgreich und folgenreich verfehlen darf. In W. Loosen & M. Dohle (Hrsg.), *Journalismus und (sein) Publikum* (S. 35-51). Springer VS.
- Haeming, A. (2019). Die Mauer in den Medien. *Medium Magazin* 04/2019, 18-20.
- Hafez, K. (2002). *Die politische Dimension der Auslandsberichterstattung. Band 1: Theoretische Grundlagen*. Nomos Verlagsgesellschaft.
- Hafez, K. (2019). „Die verhängnisvolle Neigung der Medien...“. Plädoyer für einen Humanitären Journalismus. *Communicatio Socialis*, 52(4), 490-502.
- Hanitzsch, T. (2004). Integration oder Koorientierung? Risiken funktionaler Differenzierung und Journalismustheorie. In M. Löffelholz (Hrsg.), *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch* (2., vollst. überarb. u. erw. Aufl., S. 217-232). Springer VS.
- Hillje, J. (2019, 23. August). *Ostdeutsche Medien braucht das Land*. Zeit Online. <https://www.zeit.de/politik/deutschland/2019-08/ostdeutschland-westdeutschland-medien-presse-berichterstattung-osten/komplettansicht> [20.10.2020].
- Huster, S. (2012). *Studie: Medienbild der Ostdeutschen meist negativ geprägt*. idw - Informationsdienst Wissenschaft. <https://idw-online.de/de/news512125> [23.06.2020].
- Heitmeyer, W. (2002). *Deutsche Zustände (Vol. 1)*. Suhrkamp.
- Heitmeyer, W. (2009). *Deutsche Zustände (Vol. 7)*. Suhrkamp.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. The University of Chicago Press.
- Jacobs, O., Kopplin, M. & Schönherr, M. (2019). Wer braucht den Osten? Ostdeutschland als Modellfall für die Zukunft gesamtdeutscher und europäischer gesellschaftlicher

- Entwicklung. In Y. Milev & F. Schultheis (Hrsg.), *Tatbestände 4. Entkoppelte Gesellschaft – Ostdeutschland seit 1989/90* (S. 541-562). Peter Lang.
- Kahneman, D. (1991). Judgement and decision making: A personal view. *Psychological Science*, 2(3), 142-145.
- Katz, D., & Braly, K. (1933). Racial Stereotypes of One-Hundred College Students. *Journal of Abnormal and Social Psychology* 28, 280-290.
- Klein, A., & Heitmeyer, W. (2009): Ost-westdeutsche Integrationsbilanz. *Aus Politik und Zeitgeschichte* 28, 16-21.
- Kohring, M. (1997). *Die Funktion des Wissenschaftsjournalismus. Ein systemtheoretischer Entwurf*. Westdeutscher Verlag.
- Kohring, M. (2016). Journalismus als Leistungssystem der Öffentlichkeit. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 165-176). Springer VS.
- Kolmer, C. (2009). Nachrichten aus einer Krisenregion. Das Bild Ostdeutschlands und der DDR in den Medien 1994-2007. In T. Ahbe, R. Gries & W. Schmale (Hrsg.), *Die Ostdeutschen in den Medien: Das Bild von den Anderen nach 1990* (S. 181-214). Leipziger Universitätsverlag GmbH.
- Kolmer, C. (2016, 29. September). Ernüchterung zum Tag der Einheit 2016. *Media Tenor*. <http://de.mediatenor.com/de/bibliothek/newsletter/1063/ernuechterung-zu-m-tag-der-einheit-2016> [23.06.2020].
- Leyens, J.-P., Yzerbyt V., & Schadron G. (1994). *Stereotypes and Social Cognition*. Sage Publications.
- Lilienthal, V. (2020). Rechtspopulismus als Herausforderung für die Medien. Die Medienkritik der AfD und der journalistische Umgang mit der Partei. In P. Grimm & O. Zöller (Hrsg.), *Digitalisierung und Demokratie – Ethische Perspektiven. Schriftenreihe Medienethik, Band 18*. Steiner Verlag (im Erscheinen begriffen).
- Lippmann, W. (1922/1991) *Public Opinion. With a New Introduction by Michael Curtis*. Transaction Publishers. Transaction Publishers.
- Löffelholz, M., Quandt, T. & Thomas, T. (2004). Systemorientierte Ansätze der Journalismustheorie. In M. Löffelholz (Hrsg.), *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch* (2., vollst. überarb. u. erw. Aufl., S. 181-184). Springer VS.
- Luhmann, N. (2005). *Soziologische Aufklärung 1. Aufsätze zur Theorie sozialer Systeme*. (7. Aufl.). Springer VS.

- Luhmann, N. (2017). *Die Realität der Massenmedien*. (5. Aufl.). Springer VS.
- Machill, M., Beiler, M., & Gerstner, J.R. (2010). Bestandsaufnahme von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland nach der Wende. In M. Machill, M. Beiler & J. R. Gerstner (Hrsg.), *Medienfreiheit nach der Wende. Entwicklungen von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland* (S. 9-54). UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Matthes, J. (2007). *Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellungen der Rezipienten*. Verlag Reinhard Fischer.
- Matthes, J. (2014). *Framing*. Nomos Verlagsgesellschaft.
- Matthes, J., & Kohring, M. (2004). Die empirische Erfassung von Medien-Frames. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 52(1), 56-75.
- Merten, K. (1995). *Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis*. (2. verb. Aufl.) Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Neu, V. (2019). Keine Sehnsucht nach der DDR. *Konrad Adenauer Stiftung*. <https://www.kas.de/einzeltitel/-/content/keine-sehnsucht-nach-der-ddr> [22.06.2020].
- Noelle-Neumann, E. (1980). *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*. Piper.
- Ostbeauftragter: Situation im Osten viel besser als ihr Ruf. (2019, 25. September). *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/politik/bundeslaender-ostbeauftragter-situation-im-osten-viel-besser-als-ihr-ruf-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-190925-99-21244> [12.11.2020].
- Oswald, M. (2019). *Strategisches Framing. Eine Einführung*. Springer VS.
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (2001). Framing as a strategic action in public deliberation. In S. D. Reese, O. H. Gandy & A. E. Grant (Hrsg.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (S. 35-66). Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- Pasternak, P. (2005). Wissenschaftsumbau. Der Austausch der Deutungseliten. In H. Bahrmann & C. Links (Hrsg.), *Am Ziel vorbei. Die deutschen Einheit – Eine Zwischenbilanz* (S. 221-236). Ch.Links Verlag.
- Pates, R. (2013). Einleitung – Der „Ossi“ als symbolischer Ausländer. In R. Pates & M. Schochow (Hrsg.), *Der „Ossi“ Mikropolitische Studien über einen symbolischen Ausländer* (S. 7-20). Springer VS.

- Pörksen, B. (2000). "Journalismus macht aus allem Journalismus". Im Gespräch mit Siegfried Weischenberg. *Communicatio Socialis*, 33(2), 132-150.
- Pörksen, B. (2005). *Die Konstruktion von Feindbildern*. (2., erw. Auflage). Springer VS.
- Pörksen, B. (2016). Journalismus als Wirklichkeitskonstruktion. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 249-261). Springer VS.
- Potthoff, M. (2012). *Medien-Frames und ihre Entstehung*. Springer VS.
- Reiher, R. (2008). Zum Umgang der Linguistik mit dem sprachlichen Ost-West-Problem seit dem Mauerfall. In K. S. Roth & M. Wienen, Markus (Hrsg.), *Diskursmauern. Aktuelle Aspekte der sprachlichen Verhältnisse zwischen Ost und West* (S. 1-20). Hempen Verlag.
- Reineck, D. (2018). *Die soziale Konstruktion journalistischer Qualität. Fachdiskurs, Theorie, Empirie*. Halem.
- Reimann, M., & Schrön, G. (2019, 01. Oktober). *Warum die Berichterstattung über Ostdeutschland pauschalisierend und peinlich ist*. ze.tt. <https://ze.tt/warum-die-berichterstattung-ueber-ostdeutschland-pauschalisierend-und-peinlich-ist/> [20.10.2020].
- Rössler, P. (2017). *Inhaltsanalyse*. (3. völlig überarb. Aufl.). UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Ronneberger, F. (1964). Die politischen Funktionen der Massenkommunikationsmittel, *Publizistik*, 9(4), 291-304.
- Ronneberger, F. (1985). Integration durch Massenkommunikation. In U. Saxer (Hrsg.), *Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien? Homogenisierung – Differenzierung der Gesellschaft durch Massenkommunikation* (S. 3-18). Verlag Ölschläger GmbH.
- Rühl, M. (1985). Integration durch Massenkommunikation? Kritische Anmerkungen zum klassischen Integrationsbegriff. In U. Saxer (Hrsg.), *Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien? Homogenisierung – Differenzierung der Gesellschaft durch Massenkommunikation* (S. 19-32). Verlag Ölschläger GmbH.
- Rühl, M. (1996). Soziale Verantwortung und persönliche Verantwortlichkeit im Journalismus. In J. Wilke (Hrsg.), *Ethik der Massenmedien* (S. 89-99). Braumüller.
- Scheufele, B. (2003). *Frames – Framing – Framing-Effekte. Theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion*. Westdeutscher Verlag.

- Scheufele, B. (2006). Frames, schemata and news reporting. *Communications – European Journal of Communication Research*, 31(1), 65-83.
- Scheufele, B., & Engelmann I. (2016). Journalismus und Framing. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 443-456). Springer VS.
- Scholl, A. (2011). Die Wirklichkeit der Medien. Armin Scholl über den Konstruktivismus in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. In B. Pörksen (Hrsg.), *Schlüsselwerke des Konstruktivismus* (S. 443-462). Springer VS.
- Scholl, A. & Weischenberg S. (1998). *Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie*. Westdeutscher Verlag.
- Schulz, W. (1989). Massenmedien und Realität. Die „ptolemäische“ und die „kopernikanische“ Auffassung. In M. Kaase & W. Schulz (Hrsg.), *Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 30* (S. 135–149). Westdeutscher Verlag.
- Sielschott, S. (2012). *Stereotypen-Framing. Eine theorienintegrative und interdisziplinäre Analyse der Zeitungsberichterstattung über marginalisierte soziale Gruppen. Inauguraldissertation*. Philipps-Universität Marburg. <https://archiv.ub.uni-marburg.de/diss/z2012/0903/pdf/dss.pdf> [20.10.2020].
- Sommer, K. (2017). *Stereotype und die Wahrnehmung von Medienwirkungen*. Springer VS.
- Stangor, C., & Schaller M. (1996). Stereotypes as Individual and Collective Representations. In N. Macrae, C. Stangor & M. Hewstone (Hrsg.), *Stereotypes and Stereotyping* (S. 3-40). Guilford Press.
- Thiele, M. (2015). *Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes*. Transcript Verlag.
- Vlasic, A. (2004). *Die Integrationsfunktion der Massenmedien. Begriffsgeschichte, Modelle, Operationalisierung*. Springer VS.
- Wedl, J. (2009). Ein Ossi ist ein Ossi ist ein Ossi... Regeln der medialen Berichterstattung über „Ossis“ und „Wessis“ in der Wochenzeitung Die Zeit seit Mitte der 1990er Jahre. In T. Ahbe, R. Gries & W. Schmale (Hrsg.), *Die Ostdeutschen in den Medien: Das Bild von den Anderen nach 1990* (S. 113-134). Leipziger Universitätsverlag GmbH.
- Wehling, E. (2016). *Politisches Framing: Wie eine Nation sich ihr Denken einredet – und daraus Politik macht*. Halem Verlag.

- Weischenberg, S. (1994). Journalismus als soziales System. In K. Merten, S. J. Schmidt & S. Weischenberg (Hrsg.), *Die Wirklichkeit der Medien* (S. 427-454). Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, S. (1995). *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure*. Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, S. (2004). *Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 1: Mediensysteme – Medienethik – Medieninstitutionen*. (3. Aufl.). Springer VS.
- Winter, S. (2019, 24. August). Der Ost-Komplex. *DER SPIEGEL*. S. 12-22.
- Will, A. (2019, 01. September). *Anne Will – nach den Wahlen im Osten*. Das Erste. <https://daserste.ndr.de/annewill/archiv/ANNE-WILL-nach-Wahlen-in-Sachsen-und-Brandenburg,landtagswahlen170.html> [12.11.2020].
- Zick, A., Küpper, B., & Berghan, W. (2019). *Verlorene Mitte – Feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2018/19*. Dietz. <https://www.fes.de/forum-berlin/gegen-rechtsextremismus/mitte-studie> [22.06.2020].

Anhang

Anhang 1: Codebuch zur Analyse von Frames und Stereotypen in der Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen

Untersuchungsziel: Die vorliegende Inhaltsanalyse untersucht, wie west- und ostdeutsche Tageszeitungen über die ostdeutsche Gegenwart berichten. Welche Medien-Frames und stereotype Bewertungen lassen sich in der Berichterstattung identifizieren und gibt es Unterschiede zwischen den Medien?

Auswahleinheit: Zur Auswahleinheit gehören alle Artikel über Ostdeutschland und die Ostdeutschen, die im Zeitraum vom 22.07.2019 bis zum 9.11.2019 in der *Sächsischen Zeitung*, dem *Hamburger Abendblatt*, der *Berliner Zeitung* und dem *Tagesspiegel* erschienen sind.

Zugriffskriterium: Zur Identifikation des relevanten Materials wird folgender Suchbefehl angewendet: „ostdeutsch* OR Ossi“. In die Untersuchung gehen nur jene Artikel ein, die einen Bezug zum Thema Ostdeutschland oder den Bewohnern der zugehörigen fünf Bundesländern aufweisen, die das Thema in mehr als einem Satz behandeln und in denen Aussagen oder Bewertungen über Ostdeutschland und die Ostdeutschen getroffen werden.

Analyseeinheit: In der Inhaltsanalyse finden zwei Analyseeinheiten ihre Anwendung. Die erste Analyseeinheit, auf die sich im Codebuch die Codes V01 bis V15 beziehen, umfasst den gesamten Artikeltext. Nicht zu berücksichtigen sind Bilder, Graphiken, Abbildungen, Tabellen, Karten und Karikaturen sowie die auf diese Elemente beziehende Beschriftungen. Die zweite Analyseeinheit, auf die sich im Codebuch die Codes V16 bis V23 beziehen, umfasst alle stereotype Bewertungen von Ostdeutschen im Artikeltext.

Codiereinheit: Die Codiereinheit ist identisch mit der Analyseeinheit. Pro Artikel und pro stereotyper Bewertung wird einmal codiert.

Kontexteinheit: Als Kontexteinheit dienen Informationen innerhalb der Zeitung, beispielsweise das Erscheinungsdatum, das lediglich bei der Codierung der formalen Variablen miteinbezogen wird, und der Artikeltext. Zur Einordnung der Problemdefinition und der stereotypen Bewertung kann der Inhalt des kompletten Beitrags verwendet werden.

Codieranweisungen: Jeder Artikel wird zunächst vollständig gelesen, um einen Überblick zu erhalten und die formalen Kategorien codieren zu können. Der zweite Block des Codebuchs befasst sich mit den inhaltlichen Kategorien der ersten Analyseeinheit, dem Artikel. Er enthält nicht zu jeder Kategorie Ankerbeispiele, da manche Kategorien („Arbeitslosigkeit“) selbsterklärend sind. Pro Artikel wird eine Datenreihe in Excel angelegt und ausgefüllt. Findet im Text eine stereotype Bewertung der Ostdeutschen statt, wird eine Datenreihe in einem separaten Codebogen angelegt und ausgefüllt.

Kategoriensystem

1. Block: Formale Kategorien

V01.Nr Artikelnummer

Die Artikelnummer ist im Format 001 einzutragen.

V02.Datum Erscheinungsdatum

Einzutragen ist das Datum, an dem der Artikel erschienen ist. Es wird im Format TT.MM.JJJJ codiert.

V03.Medium Tageszeitung

Hier wird die Zeitung eingetragen, in der der Artikel erschienen ist.

- 1 Sächsische Zeitung
- 2 Berliner Zeitung
- 3 Hamburger Abendblatt
- 4 Der Tagesspiegel

V04.Ressort

Hier wird das Ressort eingetragen, in dem der Artikel erschienen ist. Ist der Artikel auf der Seite Zwei oder Seite Drei erschienen, wird das Ressort codiert, in dem der Text aufgrund des übergeordneten Themas zu verordnen ist.

- 1 Titel
- 2 Politik
- 3 Wirtschaft /Finanzen
- 4 Lokales (Brandenburg, Berlin)
- 5 Meinung / Kommentar
- 6 Feuilleton / Kultur
- 7 Reportage
- 8 Vermischtes/ Leben / Aus aller Welt / Gesellschaft
- 9 Sonderbeilage / Wochenendbeilage / Magazin
- 10 Anderes Ressort

V05.Überschrift Artikelüberschrift

Einzutragen ist die Hauptüberschrift.

2. Block: Inhaltliche Kategorien

Problemdefinition

„Die Problemdefinition definiert, über welchen Teilbereich eines Themas gesprochen wird, welche Akteure relevant sind und welche Informationen bzw. Fakten betont werden.“ (Matthes, 2014, S. 11). Die folgenden Variablen V06.1 bis V08.10 stellen thematische Teilbereiche der Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen dar. Einzutragen ist, ob der Teilbereich in dem Teil des Artikel thematisiert wird, der sich auf Ostdeutschland und die Ostdeutschen bezieht, oder nicht. Ankerbeispiele in kursiver Schrift aus den vier untersuchten Medien erleichtern die Codierung. Die Variablen gliedern sich in drei Blöcke: Wirtschaft (V06.1 bis V06.12) Politik (V07.1 bis V07.11) und Gesellschaft (V08.1 bis V08.9).

V06.1 Arbeitslosigkeit

Thema ist die Arbeitslosigkeit und die Entwicklung der Arbeitslosenquote in Ostdeutschland.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V06.2 Rente

Thema ist die Rente der Ostdeutschen, beispielsweise im Zusammenhang mit der Diskussion um die Grundrente.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V06.3 Löhne

Thema sind die Löhne in Ostdeutschland, das unterschiedliche Lohnniveau in Ost- und Westdeutschland und/oder eine Anpassung der Löhne an das westdeutsche Niveau.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V06.4 Arbeitsbedingungen

Die allgemeine Arbeitsbedingungen, gestaltet durch Tarifverträge oder Arbeitsverträge (außer die Löhne, da diese von V06.3 abgedeckt werden) und/oder die Arbeitsperspektiven in Ostdeutschland werden thematisiert. Dazu zählen zum Beispiel die längere Wochenarbeitszeiten im Vergleich zu Westdeutschland.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V06.5 Wohlstand

Das Wohlstandsniveau in Ostdeutschland oder das verfügbare (Pro-Kopf-)Einkommen in den Ost-Ländern wird thematisiert.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V06.6 Führungspositionen

Thema ist die ungleiche Verteilung von Menschen ostdeutscher und westdeutscher Herkunft in Führungspositionen.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V06.7 Fachkräftemangel

Thema ist ein Fachkräftemangel in Ostdeutschland, der im Zusammenhang mit der wirtschaftlichen Situation Ostdeutschlands genannt wird.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V06.8 Unternehmensstruktur

Thema ist die allgemeine Unternehmensstruktur der Wirtschaft in Ostdeutschland. Hierbei sind Ostdeutsche in Führungspositionen oder der Fachkräftemangel ausgeschlossen, da diese Themen durch die Variablen V06.6 und V06.7 abgedeckt sind. Dazu gehört zum Beispiel die Tatsache, dass es mehr Familienunternehmen und mittelständische Unternehmen in Ostdeutschland gibt.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V06.9 Industrie

Thema ist die Industrie, Branchen oder Märkte sowie deren Wirtschaftskraft in Ostdeutschland. Das heißt Chancen, die Ostdeutschland zum Beispiel für bestimmte Branchen bietet oder eine eher negative Entwicklung und/oder Schwierigkeiten, die sich daraus ergeben *„Es gibt eine einzige Chance für die kommenden 30 Jahre. Das ist der Umbau der Kohlenstoffwirtschaft. Ostdeutschland hat dafür meiner Meinung nach die besten Voraussetzungen.“*, *„Trotz einer leichten Stabilisierung wird in Sachsen noch immer zu wenig gegründet.“*

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V06.10 Treuhand / Umwandlung zur Marktwirtschaft

Die Treuhand, das Handeln der Treuhand im Zusammenhang mit der wirtschaftlichen Situation Ostdeutschlands (zum Beispiel die Privatisierung von ostdeutschen Unternehmen) und/oder die Konsequenzen für die Wirtschaft in Ostdeutschland durch die Umwandlung zur Marktwirtschaft nach der Wiedervereinigung werden thematisiert.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V06.11 Soli

Die Abschaffung des Solis und/oder die Konsequenzen werden im Zusammenhang mit der ostdeutschen Wirtschaft thematisiert.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V06.12 Sonstige wirtschaftliche Entwicklungen

Thema sind alle sonstigen wirtschaftlichen Entwicklungen und Situationsbeschreibungen, die nicht durch die übrigen Variablen erfasst werden.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V07.1 Rechtstrend

Thema ist ein allgemeiner Rechtstrend in ostdeutschen Bundesländern und/oder Hintergründe für diese Entwicklung, der sich nicht nur in Wahlergebnissen ausdrückt, sondern auch im öffentlichen Raum zu streitigen Auseinandersetzungen führt. Es wird unter anderem eine 1 eingetragen, wenn die Zustimmung der Wähler für die AfD thematisiert wird, oder Demonstrationen von Neonazis Seite an Seite mit normalen Bürgern. *„Der Osten rutscht nach rechts, und zwar gewaltig.“ "Der scharfe Rechtsruck in Sachsen und Brandenburg - die AfD wurde in beiden Bundesländern zweitstärkste Kraft - ist ein Schlag für Angela Merkels Koalition aus Christdemokraten und Sozialdemokraten"*

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V07.2. Aktionen gegen Rechtstrend

Thema sind Aktionen und/oder Veranstaltungen, die sich dem Rechtstrend entgegenstellen und zum Beispiel auf Spaltung und Rassismus aufmerksam machen.

1 Trifft zu

2 Trifft zu

V07.3 AfD Wahlkampf

Der Wahlkampf, die Politik, das Handeln einzelner Politiker oder die Geschichte der AfD in den ostdeutschen Bundesländern wird thematisiert.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V07.4 Die Linke

Der Wahlkampf, die Politik, das Handeln einzelner Politiker oder die Geschichte der Partei Die Linke in den ostdeutschen Bundesländern wird thematisiert.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V07.5 Die Grünen

Der Wahlkampf, die Politik, das Handeln einzelner Politiker oder die Geschichte der Partei Die Grünen in den ostdeutschen Bundesländern wird thematisiert.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V07.6 FDP

Der Wahlkampf, die Politik, das Handeln einzelner Politiker oder die Geschichte der FDP in den ostdeutschen Bundesländern wird thematisiert.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V07.7 SPD

Der Wahlkampf, die Politik, das Handeln einzelner Politiker oder die Geschichte der SPD in den ostdeutschen Bundesländern wird thematisiert.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V07.8 CDU

Der Wahlkampf, die Politik, das Handeln einzelner Politiker oder die Geschichte der CDU in den ostdeutschen Bundesländern wird thematisiert.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V07.9 Koalitions-/Regierungsbildung

Die Regierungs- oder Koalitionsbildung nach der Wahl in einem oder mehreren der ostdeutschen Bundesländer wird thematisiert.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V07.10 Verhältnis Russland

Das Verhältnis oder die Beziehung zu Russland wird thematisiert. *„Die Ablehnung von Sanktionen gegen Russland ist vor allem in Ostdeutschland, das traditionell einen etwas anderen Blick auf die ehemalige Besatzungsmacht Sowjetunion hat, ausgeprägt.“*

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V07.11 Sonstige politische Entwicklungen

Thema sind sonstige wirtschaftliche Entwicklungen und Situationsbeschreibungen, die nicht durch die übrigen Variablen erfasst werden.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V08.1 Demografie

Die Demografie Ostdeutschlands, das heißt die Entwicklung der ostdeutschen Bevölkerung, wird thematisiert. *„Das Hauptproblem des Ostens liegt in der Demografie: Abwanderung und Überalterung.“*

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V08.2 Ostdeutsche Frauen

Thema sind ostdeutsche Frauen, ihr Verhalten und das Rollenbild ostdeutscher Frauen im Hinblick auf Eigenschaften, die mit ihrer DDR-Sozialisation zusammenhängen. *„In den ostdeutschen Bundesländern ist der Anteil von Frauen mit drei und mehr Kindern merklich geringer als im Westen.“*

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V08.3 Ostdeutsche Männer

Thema sind ostdeutsche Männer, ihr Verhalten und das Rollenbild ostdeutscher Männer im Hinblick auf Eigenschaften, die mit ihrer DDR-Sozialisation zusammenhängen.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V08.4 Unzufriedenheit

Im Zusammenhang mit Ostdeutschland und den Ostdeutschen wird eine (zunehmende) Unzufriedenheit mit der allgemeinen Lebenssituation oder der Wiedervereinigung und deren Folgen thematisiert. *„Dennoch wundert sich Carl Hahn heute über die Unzufriedenheit vieler im Freistaat.“*, *„Zur Bilanz nach 29 Jahren Wiedervereinigung gehöre aber auch ,dass sich die Mehrheit der Ostdeutschen in der Bundesrepublik als Bürger zweiter Klasse fühlt.“*

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V08.5 Zuversicht/Zufriedenheit

Thema ist eine (zunehmende) Zufriedenheit der Ostdeutschen mit ihrer Lebenssituation und der Entwicklungen nach der Wiedervereinigung. *„Indes finden 69 Prozent der Ostdeutschen einer Forsa-Umfrage zufolge heute ihre persönliche Situation besser als früher.“*

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V08.6 mangelnde Repräsentation

Thema ist eine allgemeine mangelnde Repräsentation ostdeutscher Kultur oder ostdeutscher Akteure (nicht in Führungspositionen (V06.6)).

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V08.7 Wiedervereinigung

Thema ist der Prozess der Wiedervereinigung, die Ausgestaltung und Entwicklung der deutschen Einheit und/oder Fehler, die dabei gemacht wurden.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V08.8 ostdeutsche Identität

Thema ist die ostdeutsche Identität oder bestimmte Eigenschaften, die im Zusammenhang mit einer ostdeutschen Identität genannt werden, wie das Vorurteil *„Jammer-Ossi gegen Besser-Wessi“* oder das Pflichtbewusstsein der Ostdeutschen ihrem Beruf gegenüber.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V08.9 Fremdenfeindlichkeit

Thema ist eine negative bis fremdenfeindliche Einstellung von Ostdeutschen zu Migranten oder Geflüchteten. „64 Prozent der Bürger im Osten befürchten, dass der Staat und die Bürger durch die große Zahl der Flüchtlinge überfordert sind.“

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V08.10 Sonstiges Thema

Sonstige Teilbereiche werden thematisiert, die nicht durch die übrigen Variablen erfasst werden.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

Akteure

Hier sind die Akteure zu codieren, die hinsichtlich des geschilderten Sachverhalts genannt werden. Akteure können sowohl Individuen als auch Kollektive sein und müssen nicht zwangsweise zitiert werden. Es werden die ersten drei genannten unterschiedlichen Akteure eines Artikels codiert, die im Hauptteil (nicht in der Überschrift oder Teaser) vorkommen. Sind beispielsweise die ersten beiden genannten Akteure derselben Kategorie zuzuordnen, so werden diese als nur ein Akteur gewertet, da jede Kategorie nur einmal codiert werden kann. Es können somit maximal drei Akteure unterschiedlicher Kategorien codiert werden.

V09.1 Ostdeutsche

Einwohner eines ostdeutschen Bundeslandes (Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen), aus dem früheren Ost-Berlin oder die Ostdeutschen allgemein werden als einer der drei unterschiedlichen Akteure genannt.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V09.2 Westdeutsche

Einwohner eines westdeutschen Bundeslandes (Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Bremen, Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Schleswig-Holstein) oder die Westdeutschen allgemein werden als einer der drei unterschiedlichen Akteure genannt.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V09.3 Deutsche Bevölkerung

Die gesamtdeutsche Bevölkerung allgemein wird als einer der drei unterschiedlichen Akteure genannt, ohne dabei explizit von West- oder Ostdeutschen zu sprechen.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V09.4 Politische Akteure

Es wird ein Vertreter oder Mitarbeiter folgender oder vergleichbarer Institutionen genannt: Regierung, Ministerien, Parlamente, Parteien oder die politische Institution als Ganzes.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V09.5 Wirtschaftliche Akteure

Es werden wirtschaftliche Akteure wie Führungskräfte von Unternehmen oder Wirtschafts- und Unternehmensverbände genannt, zum Beispiel der Verband der Automobilindustrie.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V09.6 Behörden und Ämter

Es werden Organe, Vertreter oder Mitarbeiter von Behörden genannt. Zum Beispiel die Agentur für Arbeit oder die Polizei

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V09.7 Experten

Ein ausgewiesener Experte wird genannt, beispielsweise aus der Wissenschaft.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V09.8 Kultur

Es werden Organe, Vertreter oder Mitarbeiter aus den Bereichen Religion, Kunst, Musik, Literatur oder Sport genannt.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V09.9 Sonstiger Akteur

Sonstige Akteure, die nicht durch die übrigen Variablen erfasst werden, werden als einer der ersten drei unterschiedlichen Akteure genannt.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V09.10 Kein Akteur

Es wird kein Akteur genannt.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

Verantwortungszuschreibung

Wird ein Problem thematisiert und/oder ein Zustand als positiv oder negativ eingestuft, kommt es häufig zur Suche nach Ursachen und Gründen und es werden Zuschreibungen vorgenommen. „Ursachen können situativer und personaler Natur sein, d.h. sie können entweder auf Personen [...] oder Situationen [...] zurückgeführt werden.“ (Matthes, 2007, S. 135). Die folgenden Variablen V10.1 bis V10.16 stellen Ursachen oder Verantwortliche der thematische Teilbereiche der Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen dar. Einzutragen ist, ob die Verantwortungszuschreibung im Artikel thematisiert wird, oder nicht. Ankerbeispiele in kursiver Schrift aus den vier untersuchten Medien erleichtern die Codierung. Die Variablen gliedern sich zwei Blöcke: situative Verantwortungszuschreibungen (V10.1 bis V10.10) und personelle Verantwortungszuschreibungen (V10.11 bis V10.15).

V10.1 Infrastruktur

Als Ursache werden Aspekte thematisiert, die die Infrastruktur oder Siedlungsstruktur in Ostdeutschland betreffen.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V10.2 Demografie

Als Ursache für den genannten Sachverhalt wird die Demografie Ostdeutschlands, das heißt die Entwicklung der ostdeutschen Bevölkerung, genannt.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V10.3 Unternehmensstruktur

Als Ursache wird die Produktivität von ostdeutschen Unternehmen, die mangelnde Konkurrenzfähigkeit von Produkten aus Ostdeutschland und/oder die Unternehmensstruktur („*Kleinteiligkeit*“) der ostdeutschen Wirtschaft genannt. „... weil viele Unternehmen und ihre Produkte einfach nicht konkurrenzfähig waren.“, „Unter anderem an der Wirtschaftsstruktur. So fehlen große Unternehmen und Konzernzentralen zwischen Ostsee und Erzgebirge.“

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V10.4 Sonstige wirtschaftliche Bedingungen

Als Ursache werden sonstige wirtschaftliche Bedingungen genannt, die als Folge der Wiedervereinigung genannt werden und nicht von den übrigen Variablen abgedeckt werden.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V10.5 Benachteiligung

Als Ursache wird eine Benachteiligung Ostdeutscher zum Beispiel bezogen auf das Lohnniveau oder Lohneinbußen nach der Wiedervereinigung genannt.

- 1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V10.6 politische Unzufriedenheit / Skepsis

Als Ursache für den genannten Sachverhalt wird eine politische Unzufriedenheit der Ostdeutschen mit der Landesregierung, der Regierung, Politikern oder Parteien genannt und/oder eine Skepsis der Ostdeutschen gegenüber jenen.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V10.7 DDR Sozialisation

Sozialisationserfahrungen oder Erfahrungen allgemein, die beim Aufwachsen und Leben in der DDR gemacht wurden, werden als Ursache für den genannten Sachverhalt genannt.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V10.8 Erfahrungen nach der Wende

Persönliche Erfahrungen während und nach der Wende, die nicht die wirtschaftliche Situation betreffen, werden als Ursache für den Sachverhalt genannt. „*Einen weiteren Grund für die Unzufriedenheit der Ostdeutschen sieht Hirte auch in den persönlichen Erfahrungen vieler Menschen nach dem Mauerfall.*“

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V10.9 Beachtung

Als Ursache für den genannten Sachverhalt wird der Zustand oder das Gefühl der Ostdeutschen genannt, nicht oder falsch wahrgenommen, ausgeschlossen zu werden, nicht gehört zu werden oder, dass ihre Anstrengungen nicht angemessen gewürdigt werden, oder dass sie als Bürger zweiter Klasse behandelt werden.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V10.10 Sonstige Folgen der Wiedervereinigung

Als Ursache werden andere Folgen der Wiedervereinigung genannt, die nicht durch die übrigen Variablen abgedeckt werden.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V10.11 Ostdeutsche

Den Menschen aus Ostdeutschland wird die Verantwortung für den genannten Sachverhalt zugeschrieben.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V10.12 Politiker

Politikern oder politischen Institutionen (Parteien, Regierung u.ä.) wird die Verantwortung für den genannten Sachverhalt zugeschrieben.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V10.13 Treuhand

Der Treuhand wird im Zusammenhang mit der wirtschaftlichen Situation Ostdeutschlands die Verantwortung für den genannten Sachverhalt zugeschrieben.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V10.14 Medien

Den Medien und ihrer Berichterstattung wird die Verantwortung für den genannten Sachverhalt zugeschrieben,

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V10.15 Anderen

Anderen Personen wird die Verantwortung für den genannten Sachverhalt zugeschrieben.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V10.16 Sonstige Ursache

Als Ursache des genannten Sachverhalts werden sonstige Ursachen thematisiert, die nicht durch die übrigen Variablen erfasst werden.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V10.17 Keine Ursache

Es wird keine Ursache für den genannten Sachverhalt thematisiert.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

Handlungsaufforderung

Es wird codiert, ob Aspekte, die verwirklicht werden sollen, angesprochen werden und/oder ob eine Handlungsaufforderung an Dritte gestellt wird. Forderungen müssen klar an Formulierungen wie „es soll ...“, „es ist geplant, dass ...“, „das Ziel ist ...“ erkennbar sein. Die folgenden Variablen V11.1 bis V11.9 stellen Forderungen und Lösungsvorschläge sowie Adressaten der Handlungsaufforderungen in der Berichterstattung über Ostdeutschland und die Ostdeutschen dar. Einzutragen ist, ob die Forderung im Artikel thematisiert wird, oder nicht und ob sie an einen der Adressaten gestellt wird, oder nicht. Ankerbeispiele in kursiver Schrift aus den vier untersuchten Medien erleichtern die Codierung. Die Variablen gliedern sich in zwei Blöcke: Forderungen und Lösungsvorschläge (V11.1 bis V11.6) und Adressaten (V11.7 bis V11.9).

V11.1 Finanzielle Unterstützung

Es wird mehr Unterstützung beispielsweise in Form von Investitionen oder Subventionen für ostdeutsche Wirtschaftsunternehmen, für eine Verbesserung der Infrastruktur oder für neue Fachkräften gefordert. *„Der Staat sollte rasch alle Priorität darauflegen, Investitionen und Innovationen anzukurbeln.“*

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V11.2 Ostquote

Es wird eine „Ostquote“ gefordert, das heißt eine Quote von Ostdeutschen in Führungspositionen in (Medien-)Unternehmen, Parteien oder staatlichen Institutionen.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V11.3 Freiheit

Als Lösung wird weniger Regulation vom Staat vorgeschlagen und mehr Freiheit gefordert.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V11.4 Austausch

Als Lösung für den genannten Sachverhalt werden Gespräche, der Austausch miteinander und „mehr hinhören“ genannt. *„Stattdessen ermuntert er die Deutschen, das vielfältige, in Ost und West unterschiedliche Bild von Teilung und Wiedervereinigung zu wahren - solange man sich darüber austausche.“*

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V11.5 Sonstige Handlungsempfehlung

Es wird eine sonstige Forderung oder Handlungsempfehlung genannt, die nicht durch die übrigen Variablen erfasst wird.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V11.6 Keine Handlungsempfehlung

Es wird keine Forderung oder Handlungsempfehlung genannt.

- 1 Trifft zu
- 2 Trifft nicht zu

V11.7 Ostdeutsche

Es wird eine Handlungsaufforderung an die Menschen aus Ostdeutschland gestellt und/oder die Lösungszuschreibung bezieht sich auf Menschen aus Ostdeutschland. Wird beispielsweise ein Dialog von Ostdeutschen mit der etablierten Politik gefordert, bezieht sich diese Handlungsaufforderung auf die Ostdeutschen und die Politik (V11.8).

- 1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V11.8 Politik

Es wird eine Handlungsaufforderung an Politiker oder politische Institutionen (Parteien, Regierung u.ä.) gestellt und/oder die Lösungszuschreibung bezieht sich auf Politiker oder politische Institutionen (Parteien, Regierungen, u.ä.)

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V11.9 Andere

Es werden andere Adressaten genannt, die nicht durch die übrigen Variablen erfasst werden.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V11.10 Keine Adressaten

Es wird kein Adressat genannt.

1 Trifft zu

2 Trifft zu

Gesamttonalität

Die Bewertung ist nach Matthes (2014, S. 12) als graduell zu verstehen. „Manche Themen sind per definitionem negativ (wie z.B. Arbeitslosigkeit). Hier stellt sich die Frage, wie stark negativ eine Bewertung erfolgt.“ (ebd.). Die folgenden Variablen werden nur mit 1 codiert, wenn der Artikel Phrasen und Wörter enthält, die eine eindeutig positive oder negative Tonalität nahelegen. Geht es zum Beispiel beim Thema „Arbeitslosigkeit“ um eine zunehmende Arbeitslosigkeit, also einer Verschlechterung der Situation, oder dass die Arbeitslosigkeit in Ostdeutschland höher ist, als in Westdeutschland, handelt es sich um eine negative Tonalität. Werden stattdessen sinkende Arbeitslosenzahlen, also eine positive Entwicklung thematisiert, wird eine positive Tonalität codiert. Dies gilt auch für Löhne und Wohlstand. Wenn ein Artikel bezogen auf ein Thema wie Arbeitslosigkeit sowohl positive als auch negative Entwicklungen thematisiert, ist lediglich die dominierende Bewertung zu codieren. Wenn konkurrierende Bewertungen gleich stark gewichtet werden, ist lediglich die am ausführlichsten Bewertung zu codieren. Wenn konkurrierende Bewertungen gleich stark gewichtet und gleich ausführlich thematisiert werden, ist lediglich die zuerst thematisierte Bewertung zu codieren.

V12.1 Eher positiv

Die Gesamttonalität des Artikels ist eher positiv. Ein Artikel ist hinsichtlich der Gesamttonalität als eher positiv zu codieren, wenn dieser vor allem Chancen und positive Entwicklungen thematisiert. Wörter wie „stark“ oder Phrasen wie „geht voran“ implizieren beispielsweise eine positive Tonalität. „*Auch in der Forschung ist Sachsen stark. ... Die Digitalisierung in Sachsen geht voran.*“

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V12.2 Eher negativ

Die Gesamtonalität des Artikels ist eher negativ. Ein Artikel ist hinsichtlich der Gesamtonalität als eher negativ zu codieren, wenn dieser vor allem Probleme, Krisen und negative Entwicklungen thematisiert. Phrasen wie „im Sinkflug“ implizieren beispielsweise eine negative Tonalität. *„Nach fast zehn Jahren Wachstum ist die Stimmung in der Industrie im Sinkflug.“*

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

Vergleich

Die folgenden Variablen dienen der Erfassung von Unterschieden zwischen Ost- und Westdeutschland, die im Untersuchungsmaterial auftauchen.

V13 Vergleich

Es findet ein Vergleich von Ost- mit Westdeutschland statt, dabei muss nicht zwingend Ost- oder Westdeutschland als „besser“ oder „schlechter“ dargestellt werden.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

V14 Unterschied

Falls ein Vergleich stattfindet, ist hier zu codieren, ob Ost- oder Westdeutschland den Vergleich gewinnt. Falls mehrere Aspekte von Ost- und Westdeutschland miteinander verglichen werden, sind alle Vergleiche entsprechend ihrer Gewichtung zu berücksichtigen. Wenn Ostdeutschland sowohl besser als auch schlechter abschneidet, ist lediglich das dominierende Ergebnis zu codieren (Z.B. *„Ostdeutschland bietet zwar einige Vorteile, aber ist insgesamt immer noch unattraktiver für Fachkräfte als Westdeutschland.“*). Wenn konkurrierende Ergebnisse gleich stark gewichtet werden, ist lediglich das am ausführlichsten thematisierte Ergebnis zu codieren. Wenn konkurrierende Zuschreibungen gleich stark gewichtet und gleich ausführlich thematisiert werden, ist lediglich die zuerst thematisierte Zuschreibung zu codieren. Falls kein Vergleich stattfindet, wird -99 codiert.

1 Ostdeutschland zeigt sich im Vergleich mit Westdeutschland hinsichtlich einer Situation, Bedingungen, Wirtschafts- oder Finanzgrößen als „besser“. *„Und in vielen Regionen wird ein höheres Wohlstandsniveau erreicht als in weiten Teilen Nordrhein-Westfalens oder Niedersachsens“.*

2 Ostdeutschland zeigt sich im Vergleich mit Westdeutschland hinsichtlich einer Situation, Bedingungen, Wirtschafts- oder Finanzgrößen als „schlechter“. *„Ostdeutsche haben über ein Drittel weniger Geld als Westdeutsche.“*

3 Ost- und Westdeutschland werden hinsichtlich einer Situation, Bedingungen, Wirtschafts- oder Finanzgrößen als gleich beschrieben.

V15 stereotype Bewertung

Einwohner eines ostdeutschen Bundeslandes (Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen) oder die Ostdeutschen allgemein werden bewertet.

1 Trifft zu

2 Trifft nicht zu

Stereotype Bewertungen

Hier ändert sich die Analyseeinheit und es wird ein separater Codebogen von der Codiererin angelegt.

1. Block: Formale Variablen

V16.Nr Artikelnummer

Die Artikelnummer wird von V01.Nr übernommen und dient der Zuordnung.

V17.lfd.Nr Nummer der stereotypen Bewertung

Die laufende Nummer der Sinneinheit ist im Format 001 einzutragen.

V18.Medium Tageszeitung

Hier wird die Zeitung eingetragen, in der der Artikel, indem die stereotype Bewertung identifiziert wird, erschienen ist.

- 1 Sächsische Zeitung
- 2 Berliner Zeitung
- 3 Hamburger Abendblatt
- 4 Der Tagesspiegel

2. Block: Inhaltliche Variablen

V19 Kompetenzzuschreibung

Hier soll festgehalten werden, ob die Ostdeutschen als eher kompetent oder als eher inkompetent dargestellt werden. Die Zuschreibung von Kompetenz oder Inkompetenz vermittelt sich über Eigenschaften oder Verhaltensweisen, soziale Positionen oder soziale Rollen, die Ostdeutschen zugeschrieben werden. Zu berücksichtigen sind auch Äußerungen von Ostdeutschen, die diese als kompetent oder inkompetent erscheinen lassen. Auch implizite Kompetenz- oder Inkompetenzzuschreibungen, die z. B. über die Thematisierung von Arbeitsverhältnissen oder wirtschaftlichen Entwicklungen zugeschrieben werden können, sind zu codieren („*Spitzenposten in allen Bereichen des öffentlichen Lebens sind daher häufig von Menschen besetzt, die aus dem Westen kommen.*“) Werden innerhalb des Artikels mehrere Personen bewertet, sind alle Bewertungen entsprechend ihrer Gewichtung zu berücksichtigen. Wenn Ostdeutschen sowohl Kompetenz als auch Inkompetenz zugeschrieben wird, ist lediglich die dominierende bzw. stärker gewichtete Zuschreibung zu codieren. Wenn konkurrierende Zuschreibungen gleich stark gewichtet werden, ist lediglich die am ausführlichsten thematisierte Zuschreibung zu codieren. Wenn konkurrierende Zuschreibungen gleich stark gewichtet und gleich ausführlich thematisiert werden, ist lediglich die zuerst thematisierte Zuschreibung zu codieren.

1 Eher kompetent

Ostdeutsche werden dargestellt als eher leistungsstark, erfahren, geschickt, intelligent, souverän, kreativ, effizient, effektiv, vorausschauend oder sachkundig.

Zum Beispiel erarbeitete ein ostdeutscher Banker einen Finanzierungsvorschlag für eine ostdeutschen Firma, die dann deutschlandweit erfolgreich wurde („So wurde der Westmarkt erobert. Heute gehört die 500 Milliliter große Spülflasche

von Fit zu den meistverkauftesten in ganz Deutschland.“). Oder ein Fachverkäufer aus Ostdeutschland glänzt in Westdeutschland mit seinem Wissen („Außerdem seien seine Nürnberger Kollegen Wessis gewesen, die auch Interesse hatten, selber von ihm dazuzulernen.“, „Wir Ostdeutschen waren oder sind doch vielseitig einsetzbar und können aus Scheiße Bonbons machen“, behauptet Frank Mietzsch.“).

2 Eher inkompetent

Ostdeutsche werden dargestellt als eher leistungsschwach, unerfahren, ungeschickt, unintelligent, unsouverän, un kreativ, ineffizient, uneffektiv, nicht vorausschauend oder nicht sachkundig.

Zum Beispiel wird den Ostdeutschen mangelnder Gründergeist unterstellt („In Thüringen, Sachsen-Anhalt und Mecklenburg-Vorpommern ergreifen bundesweit die wenigsten Menschen die Chance, sich mit einem eigenen Unternehmen selbstständig zu machen.“).

0 Weder kompetent noch inkompetent

Kompetenz- und Inkompetenzzuschreibungen kommen nicht vor.

V20 Sprecher Kompetenzzuschreibung

Hier ist zu codieren, welcher Akteur die Ostdeutschen als kompetent oder als inkompetent beschreibt. Es ist nur derjenige Akteur zu codieren, auf den die bei V19 codierte dominierende Bewertungsrichtung zurückgeht. Wenn zum Beispiel der Code 1 (eher kompetent) vergeben wurde, dann ist hier nur derjenige Akteur festzuhalten, auf den die Kompetenzzuschreibung zurückgeht. Akteure, auf die untergeordnete bzw. dominierte Inkompetenzzuschreibungen zurückzuführen sind, werden hier nicht codiert. Wenn zuvor der Code 0 vergeben wurde, wird hier -99 codiert.

Akteure bzw. Sprecher können sowohl Individuen als auch Kollektive sein. Sprecher werden direkt (in Anführungszeichen) oder indirekt (im Konjunktiv) zitiert. Ein indirektes Zitat liegt zudem vor, wenn kein Konjunktiv verwendet wird, aus dem Kontext aber hervorgeht, dass der Journalist höchstwahrscheinlich die Sichtweise eines anderen Akteurs wiedergibt.

Wenn Kompetenz bzw. Inkompetenz durch mehrere Sprecher zugeschrieben wird, ist lediglich der als Hauptsprecher auftretende Akteur zu codieren. Hauptsprecher ist derjenige Akteur, dessen Äußerung am eindeutigsten bzw. explizitesten Kompetenz bzw. Inkompetenz zuschreibt. Wenn dieses Kriterium keine Entscheidung erlaubt, ist derjenige Akteur als Hauptsprecher zu codieren, dessen Sichtweise der meiste Raum gewährt wird. Wenn mehrere Akteure mit gleich eindeutigen bzw. expliziten Äußerungen zitiert werden und ihnen der gleiche Raum gewährt wird, ist lediglich der zuerst auftretende Akteur als Hauptsprecher zu codieren.

Es ist darauf zu achten, dass auch Journalisten als Hauptsprecher fungieren können. Dies ist erstens immer dann der Fall, wenn kein anderer Akteur direkt oder indirekt zitiert wird. Zweitens ist der Journalist als Hauptsprecher zu codieren, wenn seine Bewertung kein direktes oder indirektes Zitat darstellt und mehr Raum einnimmt bzw. eher thematisiert wird, als die Bewertung des am ausführlichsten direkt oder indirekt zitierten anderen Akteurs.

Falls keine Kompetenzzuschreibung stattfindet, wird -99 codiert.

1 Ostdeutsche

Zitiert werden Einwohner eines ostdeutschen Bundeslandes (Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen) oder die Ostdeutschen allgemein.

2 Politik

Es wird ein Vertreter oder Mitarbeiter folgender oder vergleichbarer Institutionen zitiert: Regierung, Ministerien, Parlamente, Parteien oder die politische Institution als Ganzes.

3 Behörden/Ämter

Es werden Organe, Vertreter oder Mitarbeiter von Behörden zitiert. Zum Beispiel die Agentur für Arbeit, das Finanzamt oder das Sozialamt.

4 Wirtschaft

Es werden wirtschaftliche Akteure wie Führungskräfte von Unternehmen oder Wirtschafts- und Unternehmensverbände zitiert, zum Beispiel der Verband der Automobilindustrie.

5 Gewerkschaften

Vertreter oder Mitarbeiter von Gewerkschaften oder eine Gewerkschaft als Ganzes werden zitiert.

6 Experten

Ein ausgewiesener Experte wird genannt, beispielsweise aus der Wissenschaft.

7 Kultur

Es werden Organe, Vertreter oder Mitarbeiter aus den Bereichen Religion, Kunst, Musik, Literatur, Medien (außer der Autor des Textes) oder Sport zitiert.

8 Journalist

Der Autor des Artikels beschreibt die Ostdeutschen als eher kompetent oder als eher inkompetent. Diese Kategorie ist zu codieren, wenn kein anderer Akteur direkt oder indirekt zitiert wird oder die Bewertung des Journalisten mehr Raum einnimmt, als die Bewertung des am ausführlichsten direkt oder indirekt zitierten anderen Akteur.

9 Sonstige

Zitiert werden hauptsächlich Sprecher, die keiner der Kategorien 1 bis 9 zugeordnet werden können.

V21 Wärmezuschreibung

Hier soll codiert werden, ob die Ostdeutschen als eher warm oder als eher kalt dargestellt werden. Die Zuschreibung von Wärme oder Kälte vermittelt sich über Eigenschaften oder Verhaltensweisen, soziale Positionen oder soziale Rollen, die Ostdeutschen zugeschrieben werden. Zu berücksichtigen sind auch Äußerungen von Ostdeutschen, die diese als warm oder kalt erscheinen lassen. Auch implizite Wärme- oder Kältezuschreibungen, die z. B. über die Thematisierung von Effekten oder Interventionen zugeschrieben werden können, sind zu codieren.

Werden innerhalb des Artikels mehrere Ostdeutsche bewertet, sind alle Bewertungen entsprechend ihrer Gewichtung zu berücksichtigen. Wenn Ostdeutschen sowohl Wärme als auch Kälte zugeschrieben wird, ist lediglich die dominierende bzw. stärker gewichtete Zuschreibung zu codieren. Wenn konkurrierende Zuschreibungen gleich stark gewichtet werden, ist lediglich die am ausführlichsten thematisierte Zuschreibung zu codieren.

Wenn konkurrierende Zuschreibungen gleich stark gewichtet und gleich ausführlich thematisiert werden, ist lediglich die zuerst thematisierte Zuschreibung zu codieren.

1 Eher warm

Ostdeutsche werden dargestellt als eher freundlich, gutmütig, tolerant, ehrlich, hilfsbereit, uneigennützig, verständnisvoll, großzügig oder gerecht. Zum Beispiel beschreibt sich eine ostdeutsche Frau als tolerant („Wo manche West-Frau in meiner Generation noch damit kämpft, was ihre Elterngeneration sich erobern musste, merke ich, dass ich viel freier, viel unabhängiger, viel liberaler, viel toleranter sein kann. Das habe ich meiner DDR-Vergangenheit zu verdanken.“) oder Ostdeutsche werden als überdurchschnittlich ehrenamtlich engagiert beschrieben („Pro Bürgerstiftung engagieren sich durchschnittlich 85 Ehrenamtliche, während es bundesweit nur 66 sind.“).

2 Eher kalt

Ostdeutsche werden dargestellt als eher unfreundlich, nicht gutmütig, intolerant, unehrlich, nicht hilfsbereit, egoistisch, nicht verständnisvoll, geizig oder ungerrecht.

Zum Beispiel beschreibt eine Westdeutsche, dass sie als „Zugezogene“ in Ostdeutschland von den Ostdeutschen abwertend behandelt wird („Ne Zugezogene. Sie ham doch keene Ahnung.“ Damit war das Gespräch beendet. Ich fühlte mich abgestempelt. Nach meinem Eindruck wird in und um Dresden zunehmend die ostdeutsche Identität betont. Zuweilen aggressiv.“)

0 Weder warm noch kalt

Wärme- und Kältezuschreibungen kommen nicht vor.

V22 Sprecher Wärmezuschreibung

Hier ist zu codieren, welcher Akteur die Ostdeutschen als warm oder als kalt beschreibt. Es ist nur derjenige Akteur zu codieren, auf den die bei V21 codierte dominierende Bewertungsrichtung zurückgeht. Wenn zum Beispiel der Code 1 (eher warm) vergeben wurde, dann ist hier nur derjenige Akteur festzuhalten, auf den die Wärmezuschreibung zurückgeht. Akteure, auf die untergeordnete bzw. dominierte Kältezuschreibungen zurückzuführen sind, werden hier nicht codiert.

Akteure bzw. Sprecher können sowohl Individuen als auch Kollektive sein. Sprecher werden direkt (in Anführungszeichen) oder indirekt (im Konjunktiv) zitiert. Ein indirektes Zitat liegt zudem vor, wenn kein Konjunktiv verwendet wird, aus dem Kontext aber hervorgeht, dass der Journalist höchstwahrscheinlich die Sichtweise eines anderen Akteurs wiedergibt.

Wenn Wärme bzw. Kälte durch mehrere Sprecher zugeschrieben wird, ist lediglich der als Hauptsprecher auftretende Akteur zu codieren. Hauptsprecher ist derjenige Akteur, dessen Äußerung am eindeutigsten bzw. explizitesten Wärme bzw. Kälte zuschreibt. Wenn dieses Kriterium keine Entscheidung erlaubt, ist derjenige Akteur als Hauptsprecher zu codieren, dessen Sichtweise der meiste Raum gewährt wird. Wenn mehrere Akteure mit gleich eindeutigen bzw. expliziten Äußerungen zitiert werden und ihnen der gleiche Raum gewährt wird, ist lediglich der zuerst auftretende Akteur als Hauptsprecher zu codieren. Es ist darauf zu achten, dass auch Journalisten als Hauptsprecher fungieren können. Dies ist erstens immer dann der Fall, wenn kein anderer Akteur direkt oder indirekt zitiert wird. Zweitens ist der Journalist als Hauptsprecher zu codieren, wenn seine Bewertung kein direktes oder indirektes Zitat darstellt und mehr Raum einnimmt bzw.

eher thematisiert wird, als die Bewertung des am ausführlichsten direkt oder indirekt zitierten anderen Akteurs.

Falls keine Wärmezuschreibung stattfindet, wird -99 codiert.

1 Ostdeutsche

Zitiert werden Einwohner eines ostdeutschen Bundeslandes (Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen) oder die Ostdeutschen allgemein.

2 Politik

Es wird ein Vertreter oder Mitarbeiter folgender oder vergleichbarer Institutionen zitiert: Regierung, Ministerien, Parlamente, Parteien oder die politische Institution als Ganzes.

3 Behörden/Ämter

Es werden Organe, Vertreter oder Mitarbeiter von Behörden zitiert. Zum Beispiel die Agentur für Arbeit, das Finanzamt oder das Sozialamt.

4 Wirtschaft

Es werden wirtschaftliche Akteure wie Führungskräfte von Unternehmen oder Wirtschafts- und Unternehmensverbände zitiert, zum Beispiel der Verband der Automobilindustrie.

5 Gewerkschaften

Vertreter oder Mitarbeiter von Gewerkschaften oder eine Gewerkschaft als Ganzes werden zitiert.

6 Experten

Ein ausgewiesener Experte wird genannt, beispielsweise aus der Wissenschaft.

7 Kultur

Es werden Organe, Vertreter oder Mitarbeiter aus den Bereichen Religion, Kunst, Musik, Literatur, Medien (außer der Autor des Textes) oder Sport zitiert.

8 Journalist

Der Autor des Artikels beschreibt die Ostdeutschen als eher kompetent oder als eher inkompetent. Diese Kategorie ist zu codieren, wenn kein anderer Akteur direkt oder indirekt zitiert wird oder die Bewertung des Journalisten mehr Raum einnimmt, als die Bewertung des am ausführlichsten direkt oder indirekt zitierten anderen Akteur.

9 Sonstige

Zitiert werden hauptsächlich Sprecher, die keiner der Kategorien 1 bis 9 zugeordnet werden können.

V23 Zitat

Tauchen im Untersuchungsmaterial Textstellen oder Zitate auf, die für die spätere Auswertung wichtig sein könnten, werden diese hier eingetragen.

Anhang 2: Ergebnisse des Reliabilitätstests

Variable	Wert Krippendorffs Alpha
V01.Nr Artikelnummer	+1,0000
V02.Datum Erscheinungsdatum	+1,0000
V03.Medium Tageszeitung	+1,0000
V04.Ressort	+1,0000
V06.1 Arbeitslosigkeit	+1,0000
V06.2 Rente	+1,0000
V06.3 Löhne	+1,0000
V06.4 Arbeitsbedingungen	+1,0000
V06.5 Wohlstand	+1,0000
V06.6 Führungspositionen	+1,0000
V06.7 Fachkräftemangel	+1,0000
V06.8 Unternehmensstruktur	0,0000
V06.9 Industrie	+1,0000
V06.10 Treuhand / Umwandlung zur Marktwirtschaft	+1,0000
V06.11 Soli	+1,0000
V06.12 Sonstige wirtschaftliche Entwicklungen	+1,0000
V07.1 Rechtstrend	+1,0000
V07.2. Aktionen gegen Rechtstrend	+1,0000
V07.3 AfD Wahlkampf	+0,6953
V07.4 Die Linke	+0,7771
V07.5 Die Grünen	+1,0000
V07.6 FDP	+1,0000
V07.7 SPD	0,0000
V07.8 CDU	+1,0000
V07.9 Koalitions-/Regierungsbildung	+1,0000
V07.10 Verhältnis Russland	+1,0000
V07.11 Sonstige politische Entwicklungen	+1,0000
V08.1 Demografie	+0,7771
V08.2 Ostdeutsche Frauen	+1,0000
V08.3 Ostdeutsche Männer	+1,0000
V08.4 Unzufriedenheit	+1,0000
V08.5 Zuversicht/Zufriedenheit	+1,0000
V08.6 mangelnde Repräsentation	+1,0000
V08.7 Wiedervereinigung	+0,8312
V08.8 ostdeutsche Identität	+1,0000
V08.9 Fremdenfeindlichkeit	+1,0000
V08.10 Sonstiges Thema	+1,0000
V09.1 Ostdeutsche	+0,8889
V09.2 Westdeutsche	+0,8602
V09.3 Deutsche Bevölkerung	+0,6486

V09.4 Politische Akteure	+0,6953
V09.5 Wirtschaftliche Akteure	+1,0000
V09.6 Behörden und Ämter	0,8602
V09.7 Experten	+1,0000
V09.8 Kultur	0,7400
V09.9 Sonstiger Akteur	0,0000
V09.10 Kein Akteur	+1,0000
V10.1 Infrastruktur	+1,0000
V10.2 Demografie	+1,0000
V10.3 Unternehmensstruktur	+1,0000
V10.4 Sonstige wirtschaftliche Bedingungen	+1,0000
V10.5 Benachteiligung	+1,0000
V10.6 politische Unzufriedenheit / Skepsis	+1,0000
V10.7 DDR Sozialisation	+0,8312
V10.8 Erfahrungen nach der Wende	+1,0000
V10.9 Beachtung	+1,0000
V10.10 Sonstige Folgen der Wiedervereinigung	+0,6953
V10.11 Ostdeutsche	0,0000
V10.12 Politiker	+0,6176
V10.13 Treuhand	+0,8312
V10.14 Medien	+1,0000
V10.15 Anderen	+1,0000
V10.16 Sonstige Ursache	+1,0000
V10.17 Keine Ursache	+0,8960
V11.1 Finanzielle Unterstützung	+1,0000
V11.2 Ostquote	+1,0000
V11.3 Freiheit	+1,0000
V11.4 Austausch	+0,8312
V11.5 Sonstige Handlungsempfehlung	+0,4935
V11.6 Keine Handlungsempfehlung	+0,7008
V11.7 Ostdeutsche	+1,0000
V11.8 Politik	+0,7400
V11.9 Andere	+1,0000
V11.10 Keine Adressaten	0,7008
V12.1 Eher positiv	+0,7771
V12.2 Eher negativ	+0,7068
V13 Vergleich	+0,8602
V14 Unterschied	+0,7451

Digitaler Anhang auf dem beigelegten Speichermedium

Anhang 3: Analyisierte Artikel als PDF-Datei

Anhang 4: Kodierter SPSS-Datensatz für Reliabilitätstest als SAV-Datei

Anhang 5: SPSS-Syntax für Reliabilitätstest

Anhang 6: Analyisierte Daten der Analyseeinheit I (Artikel) als Excel-Datei

Anhang 7: Analyisierte Daten der Analyseeinheit II (stereotypen Bewertungen) als Excel-Datei

Anhang 8: Kodierter SPSS-Datensatz der Analyseeinheit I als SAV-Datei

Anhang 9: SPSS-Syntax für die Datenauswertung der Analyseeinheit I und der Clusteranalyse

Anhang 10: Kodierter SPSS-Datensatz der Analyseeinheit II als SAV-Datei

Anhang 11: SPSS-Syntax für die Datenauswertung der Analyseeinheit II

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere an Eides statt durch meine Unterschrift, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe angefertigt und nicht in einem anderen Prüfungsverfahren eingereicht habe. Ich habe keine anderen als die im Literatur- bzw. Quellenverzeichnis angegebenen Hilfsmittel benutzt und mich keiner darüber hinausgehender Internetquellen bedient. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen entnommen wurden, sind durch Quellenangaben kenntlich gemacht. Dies gilt auch für Zeichnungen, Skizzen, bildliche Darstellungen und dergleichen sowie für Quellen aus dem Internet. Die eingereichte schriftliche Fassung entspricht jener auf dem beiliegenden elektronischen Speichermedium.

Ich erkläre mich nicht einverstanden, dass meine Masterarbeit interessierten Kommilitoninnen und Kommilitonen zur persönlichen Information (und nicht zur Veröffentlichung) in digitaler Form zugänglich gemacht wird.



Hamburg, 19. November