

Vergleichende Ansätze in der Erforschung der europäischen Pressemärkte

Ein Literaturbericht

Josef Seethaler

Zweifellos zeichnet sich in den letzten Jahren eine stärkere Verankerung international vergleichender Forschung in der Kommunikationswissenschaft ab (Wilke 2002). Die Ursachen dafür liegen in den dramatischen politischen und wirtschaftlichen Veränderungen, für die plakativ die Begriffe der „Deregulierung“, „Globalisierung“ und der politischen „Wende“ von 1989/90 stehen können und deren Auswirkungen auf die strukturelle Entwicklung der Mediensysteme, die organisatorische Verfasstheit der Medien und die Qualität ihrer Kommunikationsleistung evident sind.

Während sich vergleichende Forschung allerdings in anderen sozialwissenschaftlichen Disziplinen wie der Psychologie, der Politikwissenschaft oder der Soziologie längst als eigene Teildisziplin etabliert hat, beschäftigen sich zwar seit Jahrzehnten zahlreiche Studien mit Massenmedien in vergleichender Perspektive, führten aber bislang nicht zur Konstituierung einer eigenen „komparativen Kommunikationswissenschaft“. Zu den ersten einschlägigen Arbeiten gehören etwa die von Lasswell, Sola Pool und Lerner 1951/52 veröffentlichten, im Rahmen der Propagandaforschung entstandenen Langzeitanalysen politischer Schlüsselsymbole in der Berichterstattung von Qualitätszeitungen in den damaligen fünf „great powers“ USA, Russland, Deutschland, Frankreich und Großbritannien¹ sowie die frühen modernisierungstheoretischen Untersuchungen, die die Nutzung von Massenmedien als Instrument zur Beschleunigung sozialer Entwicklung konzeptualisierten (z.B. Lerner 1958; Schramm 1964; Lerner und Schramm 1967).

Die Kritik an deren normativen, einem westlichen „Modernisierungsmodell“ verpflichteten Prämissen² trug mit zur Ausbildung komplexerer Forschungsansätze bei, die durch Einbeziehung von Kontextvariablen des Kommunikationsprozesses³

¹ Die geplante Fortschreibung ging über einen Pretest für die Jahre 1969/70 nicht hinaus; vgl. Sola Pool (1980).

² Die spätere Modernisierungsforschung hat sich intensiv mit dieser Kritik auseinandergesetzt; vgl. beispielhaft Inglehart (1997) und Zapf (1998).

³ Die UNESCO plädierte beispielsweise 1970 im Report „Mass media in society: The need for research“ für die Erweiterung der Massenkommunikationsforschung: „This includes the analysis of

den Weg bereiteten für spätere Versuche einer Verbindung von handlungs- und systemtheoretischen Perspektiven (vgl. Jarren und Donges 2002, 71ff.). Dazu gehören etwa das von Gerbner (1973, 1977) formulierte Konzept von „comparative cultural indicators“ (Rosengren 1984), das Faktoren auf System-, Organisations- und Akteursebene mit der Analyse von Medieninhalten und deren Nutzung verbindet, oder das von Blumler und Gurevitch (1975) entworfene „comparative framework for political communication research“, das die Autoren (Blumler und Gurevitch 1977) bald mit der politischen Kulturforschung im Anschluss an Almond und Verba (1963) verknüpften und damit Kommunikationsprozesse als Zusammenspiel von Akteurshandeln und Strukturbedingungen begriffen (vgl. jüngst Pfetsch 2003).⁴ Ebenfalls hier zu erwähnen sind Annahmen über den internationalen Nachrichtenfluss, wie sie Galtung (1971) und Rosengren (1974a; 1974b) unter Einbeziehung intra- und extramedialer Einflussfaktoren formuliert haben und die in einer Reihe von Untersuchungen überprüft worden sind (vgl. Edelstein 1983).

In politischer Hinsicht war diese Entwicklung von der Debatte um eine neue internationale Informations- und Kommunikationsordnung begleitet, die im UNESCO-Bericht *Many Voices – One World* einen Höhepunkt fand (MacBride 1980). Er zeichnete einen Überblick über die weltweite Kommunikationssituation der späten 1970er Jahre und schärfte trotz seines politischen Scheiterns⁵ – die USA und später auch Großbritannien traten aus der UNESCO aus – das Bewusstsein für jene Schlüsselfaktoren, die nicht zuletzt infolge der weltpolitischen Entwicklung und der raschen technologischen Erweiterung der Kommunikationskapazitäten und -möglichkeiten an Virulenz hinzugewonnen haben: Deregulierung, Liberalisierung, Privatisierung, Kommerzialisierung und Globalisierung

media organization, ownership and financial support, the decision making process in media production ethics, the actual value systems of communications, and their perception of their role in society.“ (zit. nach Hancock 1994, 23).

⁴ Unter „Kultur“ verstehen beide Ansätze „patterns of shared ideas manifesting themselves in regularities of actions and artifacts characterizing whole societies or relevant subsystems thereof“, wobei „in modern societies culture [...] is to a large extent produced and reproduced, distributed, consumed, and gradually changed by means of the mass media“ (Rosengren 1989, 433). Blumler und Gurevitch (1977) knüpften in der ersten Formulierung ihres Konzepts an Gerbners „institutional process analysis“ als Teil des Cultural Indicators-Ansatzes an.

⁵ Zu den weiteren Aktivitäten der UNESCO, die den keynesianisch basierten Ansatz der Regelung der internationalen Kommunikationsbeziehungen zugunsten einer neoliberalen, marktorientierten „New Communication Strategy“ verließ, vgl. u.a. Golding und Harris (1997); Hancock (1994); Rohn (2002); Vincent (1997). Zu einer deutlichen Intensivierung der Debatte um einen weltweiten „free flow of communication“ kam es erst unter dem Eindruck der entstehenden „Informationsgesellschaft“ mit der von der International Telecommunication Union (ITU) in Kooperation mit der UNO organisierten „Weltkonferenz zur Informationsgesellschaft“ (WSIS) vom Dezember 2003 in Genf. Sie wird 2005 in Tunis fortgesetzt werden. Zum gegenwärtigen Diskussionsstand vgl. das diesem Thema gewidmete Doppelheft der *Gazette* 66 (2004), No. 3/4.

bei wachsender Ungleichheit im Zugang.⁶ Die Frage nach den damit verbundenen Auswirkungen auf das politische System – sei es im Rahmen bestehender demokratischer Grundordnungen oder im Zuge von Demokratisierungsprozessen – verweist auf so sensible Bereiche wie jene der Legitimation und Partizipation.

Angesichts der Brisanz dieser Entwicklungen ist die Kommunikationswissenschaft in besonderer Weise herausgefordert, Funktion und Leistung des Mediums Tageszeitung sowohl in Relation zu seinen (von ökonomischen, politischen und technologischen Entwicklungen abhängigen) strukturellen und organisatorischen Bedingungen als auch hinsichtlich seiner (abermals in ein komplexes Beziehungsgeflecht eingebundenen) gesellschaftlichen Auswirkungen grenzüberschreitend zu untersuchen. Der hier vorgelegte Beitrag geht im ersten Teil der Frage nach, in welchem Umfang, mit welchen Schwerpunkten und welchen Analyseansätzen sich die kommunikationswissenschaftliche Forschung in Europa in den letzten fünfzehn Jahren – also seit der für den europäischen Einigungsprozess schicksalhaften „Wende“ des Jahres 1989 – dieser Herausforderung gestellt hat. Im zweiten Teil sollen die in den Forschungsarbeiten verwendeten Datenbasen hinsichtlich ihrer Tauglichkeit für komparative Untersuchungen überprüft werden.

Zum Forschungsstand

Europäisch vergleichende Studien in kommunikationswissenschaftlichen Fachzeitschriften

Als eine der möglichen Annäherungen an Fragen nach dem Stellenwert eines bestimmten Forschungsfeldes in einer wissenschaftlichen Disziplin gilt die systematische Analyse der Beiträge in ihren führenden Fachzeitschriften (z.B. Chan 2001, 417; Schorr 2003, 33). Sie wurde daher als erster Zugang gewählt.⁷ Die Zeitschriftenauswahl folgte drei Kriterien: einer a priori gegebenen supranationalen Orientierung, einer prinzipiellen Berücksichtigung sämtlicher Forschungsfelder des Faches und einer kontinuierlichen Erscheinungsfolge während des gesamten Untersuchungszeitraums. Aufgenommen wurden: *Communications – The European Journal of Communication Research*, *European Journal of Communication*, *Gazette* und *Publizistik*. In die Untersuchung gingen insgesamt 1280 Beiträge ein, die zwischen 1989 und 2003 erschienen sind⁸ (einschließlich der Beiträge in den Kolumnen „Research Notes“, „Research in Brief“, „Feature“ und „Commentary & Debate“).

⁶ Zu einer Überprüfung des MacBride-Berichts zehn Jahre nach seinem Erscheinen vgl. Beam (1992).

⁷ Die hier berichteten Ergebnisse sind Teil einer größeren Untersuchung, deren Veröffentlichung in Vorbereitung ist.

⁸ *Communications* ist 1989 vorübergehend nicht erschienen.

In einem ersten Schritt wurden sämtliche Beiträge ermittelt, die in einem europäischen Kontext zumindest zwei räumliche Einheiten – sei es auf nationalstaatlicher oder regionaler Ebene – miteinander vergleichen. Dabei wurde auch der Grenzfall zugelassen, wenn nur ein europäischer Staat bzw. eine europäische Region mit außereuropäischen Staaten bzw. Regionen verglichen wird. Dahinter steht die Annahme, dass die damit gegebene transnationale Orientierung zur Identifizierung spezifisch europäischer Ausprägungen der untersuchten Phänomene beiträgt. Zumindest aber gilt: „comparative inquiry cosmopolitanizes“ (Blumler et al. 1992, 2).

Mit insgesamt 96 Beiträgen ist der Anteil europäisch vergleichender Studien am Inhalt der vier untersuchten kommunikationswissenschaftlichen Fachzeitschriften recht gering (7,5%). Am höchsten ist er im *European Journal of Communication* mit respektablen 17,6% (50 Beiträge), am niedrigsten in der *Publizistik* mit lediglich 2,4% (9 Beiträge). Dazwischen liegen *Communications*⁹ und die von ihrer redaktionellen Linie her am stärksten international orientierte Gazette mit 6 bzw. 5% (18 bzw. 19 Beiträge). Im Zeitverlauf lässt sich zur Jahrtausendwende ein Höhepunkt verzeichnen. 1998, 2000 und 2002 sind mit 13, 11 und 9 Beiträgen die besten Jahre für die komparative Forschung.

Wie schon Schorr (2003, 38f.) in einer Inhaltsanalyse sämtlicher Artikel in den beiden erstgenannten Zeitschriften von 1986 bis 2001 feststellte, dominieren die traditionellen Medien. Dementsprechend fokussieren 41% aller europäisch vergleichenden Studien auf das Fernsehen und 35% auf die Tageszeitung; lediglich rund ein Fünftel beschäftigt sich mit neuen Medien. Ein Viertel aller Beiträge über Tageszeitungen beziehen auch das Fernsehen mit ein, aber kaum ein Zehntel das Internet.

Die Länderauswahl¹⁰ in jenen Beiträgen, die sich mit der Tageszeitung befassen, fokussiert auf die Mitgliedsstaaten der Europäischen Union (vor der Erweiterung 2004) und scheint von der Realität der politischen Kräfteverhältnisse geprägt (siehe Tabelle 1): Am häufigsten werden Großbritannien, Deutschland und Frankreich gewählt. Der vierte Platz für die Niederlande ist wohl durch die traditionell starke Position der Kommunikationswissenschaft in diesem Land zu erklären. Danach folgen Italien, Spanien und Schweden. Überraschend selten wird die Tagespresse in Mittel- und Osteuropa untersucht: in nur sechs Beiträgen kommen vier Länder aus diesem Teil Europas vor. Wenig überraschend ist hingegen, dass in acht von siebzehn Fällen, in denen außereuropäische Länder in den Vergleich mit einbezogen sind, die Wahl auf die USA gefallen war.

⁹ Als einzige der vier Fachzeitschriften widmete *Communications* der Tageszeitung im Untersuchungszeitraum ein eigenes special issue: „European press developments since 1945“ (1997, No. 3).

¹⁰ Ein Beitrag, der sich auf sämtliche UNESCO-Mitgliedsstaaten bezieht, wurde hier nicht berücksichtigt.

| Tabelle 1 | | Europäische Staaten in vergleichenden Untersuchungen | | | | |
|----------------|------|--|--|---------------|------|---------|
| Land | Zahl | Prozent | | Land | Zahl | Prozent |
| Großbritannien | 21 | 18,4% | | Irland | 3 | 2,6% |
| Deutschland | 20 | 17,5% | | Norwegen | 3 | 2,6% |
| Frankreich | 12 | 10,5% | | Schweiz | 3 | 2,6% |
| Niederlande | 8 | 7,0% | | Finnland | 2 | 1,8% |
| Italien | 6 | 5,3% | | Polen | 2 | 1,8% |
| Spanien | 6 | 5,3% | | Tschech. Rep. | 1 | 0,9% |
| Schweden | 6 | 5,3% | | Ungarn | 1 | 0,9% |
| Österreich | 5 | 4,4% | | Luxemburg | 1 | 0,9% |
| Belgien | 4 | 3,5% | | Portugal | 1 | 0,9% |
| Dänemark | 4 | 3,5% | | Russland | 1 | 0,9% |
| Griechenland | 4 | 3,5% | | N = 114 | | |

Hinsichtlich der nationalen Zuordnung der Institute, an denen die Autoren arbeiten, engt sich die geographische Breite auf die ersten acht genannten Länder – mit Ausnahme Frankreichs und Spaniens – ein: dem abermaligen europäischen Spitzenreiter Großbritannien mit sechs Autoren folgen Deutschland und die Niederlande mit je fünf und Italien mit drei Autoren. Aus Schweden und Österreich kommen je zwei. Die meisten Autoren allerdings – nämlich acht – sind Mitarbeiter US-amerikanischer Institute; je einer kommt aus Israel und Jordanien.

In inhaltlicher Hinsicht werden in über der Hälfte der Beiträge, die auf die Tageszeitung fokussieren, Fragen der politischen Kommunikation behandelt. Dies ist deutlich mehr als in Bezug auf das Fernsehen, wo dieses Forschungsfeld zwar auch an der Spitze des Erkenntnisinteresses steht, aber mit rund 30% im Wesentlichen seinem Prozentsatz in der Gesamtheit der europäisch vergleichenden Studien entspricht. Die Tageszeitung gilt also einerseits weiterhin als das

Medium der politischen Kommunikation, andererseits erklärt sich der generell hohe Stellenwert der politischen Kommunikationsforschung damit, dass sich in dieser Teildisziplin früher als in anderen Bereichen der Kommunikationswissenschaft eine Tradition vergleichender Ansätze ausgebildet hat. Verwiesen sei in diesem Zusammenhang nur exemplarisch auf die bereits erwähnten frühen Konzepte von Blumler und Gurevitch (1975; 1977) und auf den kürzlich erschienenen „State of the Art“-Report von Esser und Pfetsch (2003), der sich nicht nur mit theoretischen Grundlagen und methodischen Ansätzen, sondern auch anhand zahlreicher Fallstudien mit Strukturen, Prozessen, Akteuren, Inhalten und Wirkungen politischer Kommunikation vergleichend beschäftigt.¹¹

Mit weitem Abstand zum Spitzenreiter unter den Forschungsthemen folgen Studien zu strukturellen Veränderungen des Pressemarktes (15%) und den damit verbundenen presserechtlichen und -politischen Fragen (9%). Hier entsprechen die Anteilswerte weitgehend jenen im Gesamtpool vergleichender Beiträge zum gesamten Spektrum der Medien. Das dort ebenfalls stark vertretene Thema „Journalismus“ (13%) kommt verständlicherweise nur selten mit ausschließlichem Bezug zur Tagespresse vor, bildet aber auch eines jener Forschungsfelder, in denen eine grenzüberschreitende Orientierung „zunehmend konkretere Gestalt annimmt“ (Esser 2002; dort auch der neueste Literaturüberblick).

In methodischer Hinsicht bewegen sich die auf Tageszeitungen bezogenen Beiträge auf vergleichsweise anspruchsvollem Niveau: zu 76% handelt es sich um quantitative Analysen, und in immerhin 33% der Beiträge werden nicht nur räumliche, sondern auch zeitliche Vergleiche angestellt (gegenüber 60% bzw. bloß 13% von allen komparativen Studien). Der Anteil der Sekundäranalysen ist mit 18% geringer als in der Gesamtzahl der komparativen Beiträge (23%). Eine Analyse der spezifischen methodischen Charakteristika vergleichender Forschung zeigt jedoch ein weniger günstiges und vom generellen Trend kaum abweichendes Bild. Als Grundlage dient die von van de Vijver und Leung (1997) entwickelte Typologie, die vergleichende Studien nach zwei Dimensionen kategorisiert: nach der Einbeziehung von Kontextfaktoren und nach einer eher explorativen oder hypothesentestenden Orientierung (siehe Tabelle 2). Demnach handelt es sich bei der überwiegenden Mehrzahl der Beiträge um explorative Studien, die sich zur Hälfte überdies mit der Feststellung von Unterschieden bzw. Gemeinsamkeiten begnügen und diese nicht einmal mithilfe von Kontextfaktoren deskriptiv zu erklären versuchen. Theoriegeleitete Hypothesen werden lediglich in 9% aller Studien untersucht, genauso viele zielen auf eine Generali-

¹¹ Vgl. jüngst auch den Forschungsbericht von Holtz-Bacha (2004) und den Sammelband von Maerek und Wolfsfeld (2003), dessen Beiträge ebenfalls eine „cross-national perspective“ (so der Untertitel) einnehmen. Sie versuchen, die zentralen Felder politischer Kommunikationsforschung in einer „neuen Ära“ der Globalisierung, der professionellen Kommunikationsexperten, aber auch der Fragmentierung der Publika abzustecken.

sierung von Beobachtungen unabhängig vom spezifischen nationalen Umfeld. Lediglich in 6% der Beiträge wird die Prämisse der (funktionalen) Äquivalenz der untersuchten Konstrukte und angewandten Indikatoren diskutiert; gerade einem Viertel liegt eine bewusste Auswahl der Länder zugrunde (bei einem Gleichgewicht von „most similar“ und „most different system designs“¹²).

| | | | | | |
|--|----------------------------------|-------------------|-------------------------------|------------|--|
| Tabelle 2 | Typologie vergleichender Studien | | | | |
| Einbeziehung von Kontextfaktoren | Methodische Orientierung | | | | |
| | | hypothesentestend | | explorativ | |
| Nein | Generalisierungsstudien | 9% | Unterschiedsstudien | 40% | |
| Ja | Theoriegeleitete Studien | 9% | Externale Validierungsstudien | 42% | |
| Quelle: van de Vijver und Leung (1997, 20) | | | | | |

Inhaltsanalyse und Befragung stellen die beiden am häufigsten angewandten methodischen Verfahren dar. In vielen Fällen werden sie sogar miteinander kombiniert, selten jedoch finden dabei Strukturmerkmale des Pressesystems als Kontextfaktoren Berücksichtigung – obwohl theoretische Modelle die Notwendigkeit der Einbeziehung von Faktoren auf System-, Organisations- und Akteursebene in die Analyse von Medieninhalten und deren Nutzung immer wieder untermauern (z.B. Shoemaker und Reese 1991).

Als einer der dafür ausschlaggebenden Gründe kann die wenig befriedigende Datensituation gelten. Um dies konkretisieren zu können, sollen inhaltliche Zielsetzungen und methodische Verfahren der in der Zeitschriftenanalyse identifizierten komparativen Studien zu strukturellen Veränderungen der europäischen Pressemärkte diskutiert und um einschlägige Beiträge aus der selbständig erschienenen Literatur ergänzt werden.¹³ Die Darstellung folgt den bereits mehr-

¹² Mit Hilfe eines „most similar system design“ werden Unterschiede zwischen grundsätzlich ähnlichen Systemen ermittelt (Differenzmethode), mit Hilfe eines „most different system design“ Gemeinsamkeiten zwischen grundsätzlich unterschiedlichen Systemen (Konkordanzmethode).

¹³ Publikationen, die sich mit dem Mediensystem als Ganzem beschäftigen, wurden dann aufgenommen, wenn das Medium Zeitung eigens thematisiert ist.

fach erwähnten grundlegenden politischen und ökonomischen Prozessen, die in den letzten beiden Jahrzehnten die internationale Medienentwicklung in entscheidender Weise geprägt haben: der Demokratisierungswelle, die zuerst Süd- und nach 1989 ganz Mittel- und Osteuropa erfasst hatte, sowie dem wirtschaftspolitischen Paradigmenwechsel zu Beginn der 1980er Jahre und der damit verbundenen Deregulierung und Globalisierung der Märkte.

Studien zu Presse und Demokratisierung

Der radikale Medienwandel in den von der politischen „Wende“ 1989/90 betroffenen Staaten Mittel- und Osteuropas hat auf dem wissenschaftlichen Buchmarkt zu einer Reihe von Neuerscheinungen geführt, die dem großen Informationsdefizit entgegenzutreten versuchten.¹⁴ So ist es nahe liegend, dass die Beiträge der meisten einschlägigen Bücher die Situation der Medien in den einzelnen Staaten vor und nach dem Fall des „Eisernen Vorhangs“ und die turbulenten Vorgänge in der Umbruchszeit beschreiben (z.B. Giorgi und Pohoryles 1994; Hallenberger und Krzeminski 1994; Paletz et al. 1995; Mühle 1997; Adamowski und Jablonowski 2001; z.T. auch Busch et al. 2003). Einzelne Publikationen fokussieren stärker darauf, länderübergreifende Charakteristika der Medienentwicklung herauszuarbeiten und in größere politische, ökonomische und kulturelle Zusammenhänge einzubetten (Høyer et al. 1993; Splichal 1994; Casmir 1995; O'Neil 1997; Ziemer 1997; Brunnbauer et al. 199a, 1999b; Aumente et al. 1999; Milev 1999; Gross 2002; Vihalemm 2002; Gulyás 2003). Je stärker ein Vergleich der Mediensituation in den einzelnen Ländern angestrebt wird, desto dringlicher stellt sich die Problematik einer adäquaten Datenbasis, die aber nur selten thematisiert wird.

Wie schwierig es ist, in international vergleichenden Forschungen Methodenäquivalenz und eine verbindliche Theorieorientierung sicher zu stellen, zeigen einige der jüngeren und theoretisch anspruchsvollsten Veröffentlichungen zum Medienwandel in Mittel- und Osteuropa. Thomaß und Tzankoff (2001) versuchen beispielsweise, das Erklärungspotential des transformationstheoretischen Ansatzes¹⁵ für die Analyse des Medienwandels nutzbar zu machen, was schon Voltmer (2000a) vorgeschlagen hatte. Die Herausgeberinnen bemühen sich sowohl um ein theoretisches Konzept zur Analyse der Rolle der Medien im Transformationsprozess als auch um eine begründete Auswahl der Länder nach einer Stadiengliederung des Übergangs autoritärer Staaten in Demokratien.¹⁶

¹⁴ Genannt werden nur Publikationen, in denen der Tageszeitung größere Aufmerksamkeit zukommt.

¹⁵ Zur Transformationsforschung, die sich mit dem Wandel autoritärer zu demokratisch strukturierten Systemen befasst vgl. z.B. Merkel 1999.

¹⁶ Die Positionierung in einem der Stadien des Transformationsprozesses war auch eines der Kriterien der Länderauswahl in einem Sammelband von Price und Rozumilowicz (2002), der sich mit

Durch den im Vorwort angesprochenen Verzicht auf eine „Vereinheitlichung der Beiträge“ fehlt jedoch eine Reflexion der für vergleichende Forschungen fundamentalen Äquivalenzproblematik, und die damit verbundenen potentiellen Verzerrungen der nationalen Ergebnisse schmälern die Gültigkeit der aus ihrer Zusammenschau abgeleiteten Schlussfolgerungen.

Im Unterschied zur hier angestrebten Adaption eines politikwissenschaftlichen Modells für kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen prüfen andere Autoren das Potential gängiger Medientheorien für die Erklärung aktueller Entwicklungen. Besonderes Augenmerk gilt dabei den von Siebert et al. (1956) formulierten „four theories of the press“¹⁷, einem in den Zeiten des „Kalten Krieges“ entstandenen Konzept, nationale Mediensysteme hinsichtlich bestimmter Merkmale wie Mediengriff, Medienkontrolle, Medienzensur und Medienbesitz zu klassifizieren. Modifikationen dieser vier Modelle (Autoritarismus, Liberalismus, Sozialverantwortung und Kommunismus), etwa durch Einbeziehung zusätzlicher Dimensionen, wurden in der Literatur immer wieder vorgeschlagen (z.B. Hachten 1981;¹⁸ Wiio 1983; Altschull 1984). Jüngere Vorschläge verzichten jedoch überhaupt auf den Anspruch einer universal gültigen Typologie und beziehen sich entweder ausschließlich auf eine demokratietheoretische Perspektive (Nordenstreng 1997) oder brechen radikal mit der Prämisse, Mediensysteme würden sich schon aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu bestimmten gesellschaftlichen Systemen unterscheiden. So schlägt Jakubowicz (1990) eine zweidimensionale „map of media systems“ mit einer „subordination-autonomy“-Achse für das Verhältnis von Medien und politischer Macht und einer „dominance-pluralism“-Achse für den grundlegenden Charakter des Medieninhalts

den weltweiten Folgen der „dritten Demokratisierungswelle“ (Huntington 1991) auf das Verhältnis von Medien und Politik beschäftigt. Die Herausgeber verknüpften es mit dem Typ des vorangegangenen Regimes als zweitem Kriterium. Den Studien aus zehn Ländern - darunter nur drei aus Europa (Bosnien-Herzegowina, Polen und die Ukraine) - war ein theoretisches Modell des Demokratisierungsprozesses vorgegeben.

¹⁷ Nerone (1995, 18) spricht in seiner Kritik von „one theory with four examples“, da Siebert et al. alle vier Modelle vom klassisch liberalen Modell her bewerten.

¹⁸ Auf dem Schema von Hachten, das „Western“, „Development“, „Revolutionary“, „Authoritarian“ und „Communism Media“ unterscheidet, basiert einer der wenigen umfassenden Versuche (Stevenson 1994) aus jüngerer Zeit, nationale Mediensysteme aller Kontinente typologisch zu ordnen. Er benützt dafür die Kategorien availability, ownership and control, legal guarantees and restrictions, social and economic purposes, audiences and links to culture. Als Grundlage dienen ihm Daten von Freedom House und der UNESCO. Freedom House versucht, Medienfreiheit regelmäßig weltweit zu messen, und bewertet dafür Rechtsvorschriften sowie politische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen nach einem Punktesystem (<http://www.freedomhouse.org>). Demgegenüber hat Breunig (1994) in einer - leider nicht wiederholten - Untersuchung versucht, einer Bestandsaufnahme der rechtlichen Regelungen der Meinungs-, Presse- und Informationsfreiheit in 169 Staaten eine Annäherung an deren Realisierung (anhand einer Inhaltsanalyse der Berichte des International Journalism Institute von 1988 bis 1991) gegenüber zu stellen.

vor. Ein erster Versuch, dieses Konzept umzusetzen, ist in einem von Paletz und Jakubowicz (2003) herausgegebenen Sammelband dokumentiert. Die in ihm enthaltenen Beiträge sollten nicht bloß eine – gegenüber der oben genannten Vorgängerpublikation von 1995 – aktualisierte Bestandsaufnahme der Mediensysteme in elf Staaten Mittel- und Osteuropas geben, sondern sie in der genannten „map of media systems“ verorten. Ähnlich wie bei Thomaß und Tzankoff (2001) variierten die Länderstudien „considerably in their success in accomplishing it“ (Paletz und Jakubowitz 2003, xii) – trotz der vorgeschlagenen emischen Vorgangsweise.¹⁹

Schon Jakubowicz hatte bei der Entwicklung seines Konzepts die Gültigkeit bestehender, generell aus westlicher Sicht formulierter theoretischer Ansätze in Frage gestellt. Mit der Intensivierung vergleichender Perspektiven haben Autoren wie Downing (1996), Smaele (1999), Sükösd und Bajomi-Lázár (2003) oder – in globaler Perspektive – Curran und Park (2000) diese kritische Sicht weiter vertieft. So betonen etwa Sükösd und Bajomi-Lázár (2003, 15), „[that] it would be a mistake to suggest that East Central European media systems are ‚half way‘ to some final state of reform, an end point of ‚the‘ Western institutional pattern“. Vielmehr würden sich einige Charakteristika und Probleme der Medien kaum von jenen in westlichen Demokratien unterscheiden, während andere durchaus in den spezifischen Transformationsprozessen und Traditionen der mittel- und osteuropäischen Länder begründet wären. Zur Analyse dieser Gemeinsamkeiten und Unterschiede und ihrer Auswirkungen auf den Kommunikationsprozess bietet die komparative Forschung – je nach Fragestellung – das methodische Instrumentarium von *most different* bzw. *most similar system designs* an. Seine Anwendung setzt jedoch Informationen über zentrale Merkmale der Mediensysteme voraus, die den Anforderungen vergleichender Untersuchungen entsprechen.

Den Interdependenzen zwischen Massenmedien und unterschiedlichen politischen Systemen – autoritären, transitionalen und demokratischen – gehen die von Corcoran und Preston (1995) sowie Gunther und Mughan (2000) herausgegebenen Beiträge nach. Kopper und Mancini (2003) zielen demgegenüber auf das selbst unter demokratischen Bedingungen gegebene breite Spektrum der Ausprägungen dieses Verhältnisses in den vier führenden politischen Mächten Westeuropas,²⁰ und Papatheodorou und Machin (2003) unter-

¹⁹ Bei einer emischen Vorgehensweise wird das zu messende Konstrukt im jeweiligen – hier: nationalen – Rahmen und diesem adäquat auf unterschiedliche Weise gemessen; während bei einer etischen Vorgehensweise das Konstrukt in allen Fällen mit denselben Instrumenten gemessen wird.

²⁰ Einen spezifischen Aspekt des Verhältnisses von Medien und Demokratie stellt die Frage nach einer adäquaten Vertretung von Minderheiten am Medienmarkt dar. Vgl. dazu beispielhaft Kogoj (1998) und Klimkiewicz (2003).

suchen die langfristigen Folgen autoritärer Regime auf die Verfasstheit des Mediensystems – selbst Jahrzehnte nach der Etablierung demokratischer Strukturen. Alle genannten Veröffentlichungen räumen einer historisch-explorativen Darstellung einen hohen Stellenwert ein. Voltmer (2000b) hingegen versucht, in ihrer räumlich und zeitlich vergleichenden Studie der OECD-Länder²¹ einen makro-analytischen Ansatz zur Untersuchung des Vielfaltprinzips in Presse und Rundfunk als eines Schlüsselindikatoren für die demokratische Qualität der Medien zu entwickeln. Ausgangspunkt ist die Überlegung, dass den Medien im modernen demokratischen Prozess eine zentrale Rolle zukommt, da sie die wichtigste Quelle sind, aus der die Bürger Informationen über Politik beziehen, ihre institutionellen Arrangements aber die Qualität dieser Informationen entscheidend beeinflussen. Da ein möglichst umfangreiches Angebot zwar als notwendige, doch nicht hinreichende Prämisse für Meinungspluralität gelten kann,²² operationalisiert Voltmer Vielfalt sowohl als „diversity of actors“ als auch als „diversity of opinions“. Offenkundig hängt die Aussagekraft dieses Indikators wesentlich von der Art der Operationalisierung und der Qualität der zugrunde liegenden Daten ab. Wie noch zu zeigen sein wird, erfüllen die verwendeten politischen Handbücher und UNESCO-Daten diese Anforderung nur sehr eingeschränkt.

Studien zum Wandel der Pressemärkte im Zeichen von Deregulierung und Globalisierung

Ähnlich den Folgen der dritten Demokratisierungswelle am Ende des 20. Jahrhunderts für das Mediensystem stehen auch jene der weltweiten Deregulierung und Globalisierung der Märkte im Mittelpunkt zahlreicher Publikationen. Sie gehen mit umwälzenden Neuerungen in der Informations- und Kommunikationstechnologie einher, die nicht nur zur Bildung neuer Märkte im Medienbereich geführt haben, sondern weit darüber hinaus das „elektronische Rückgrat der Globalisierung“ bilden (Rohn 2002, 13), da sie eine „functional integration of activities across the globe“ erst ermöglichen (Kelly 1999, 388). Hier ist nicht der Platz, um den Begriff der Globalisierung oder die damit verbundenen Erwartungen und Befürchtungen zu diskutieren, die von Demokratisierungseffekten bis zu einem neuen kulturellen Imperialismus, von einer Stärkung regionaler Identitäten – Stichwort: „Glocalization“ (Robertson 1994) – bis zu einem

²¹ Voltmer analysiert die Situation des Jahres 1990 im Vergleich zu jener vor zehn Jahren (im Rundfunksektor) bzw. vor zwanzig Jahren (im Zeitungssektor).

²² Schmitt-Beck (2003, 364) kann in einem Vier-Länder-Vergleich der Wahlkommunikation zeigen, dass Einflüsse der Massenmedien auf den Wähler durch Strukturen der Medienmärkte gefördert werden, die durch beschränkte Angebotsvielfalt gekennzeichnet sind, dass aber strukturelle Merkmale ihre Wirkung vor allem dann entfalten, wenn sich – wie im Falle Deutschlands und Spaniens – die Massenkommunikation insgesamt am einflussreichsten erwies.

dem Konvergenzansatz entsprechenden „cultural mainstreaming“ reichen.²³ Im Rahmen dieses Berichts kann auch nicht auf die vielfältige Literatur zur steigenden Bedeutung trans- oder multinational agierender Unternehmen in der Produktion, Distribution und im Marketing von Medienangeboten eingegangen werden.²⁴ Vielmehr stehen, entsprechend seiner Themenstellung, komparative Untersuchungen der potentiellen Auswirkungen von Deregulierung und Globalisierung auf Struktur und Leistung der Medien unter besonderer Berücksichtigung der Zeitung im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit.²⁵

Ähnlich wie bereits im Rahmen des zuerst behandelten Themenkreises festgestellt, stehen Publikationen, die eine Vielzahl von Beiträgen über die strukturellen Veränderungen nationaler Medienmärkte versammeln (z.B. Albarran und Chan-Olmsted 1998; Weymouth und Lamizet 1996) vor dem Problem der Vergleichbarkeit der Ergebnisse – auch wenn ein gemeinsamer theoretischer Rahmen vorgegeben wird. Nicht selten räumen die Herausgeber in ihrer zusammenfassenden Interpretation ein, „that they are cognizant of the problems economists face when studying global media in view of the limitations of current data, sources, and evaluation techniques“.

Zu den wenigen komparativen Untersuchungen, die sich bereits in der Konzeptionsphase der Problematik zuverlässiger und vergleichbarer Daten gestellt haben, gehört eine im Auftrag des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger von Erdmann und Fritsch (1990) erstellte Studie, die sich mit den Zeitungsmärkten in zwölf westeuropäischen Staaten beschäftigt. Sie beruht auf einer eigens vorgenommenen Datenerhebung (mit Hilfe einer Umfrage unter den nationalen Verlegerverbänden) und kann als erster Versuch gelten, gültige Kriterien für einen Vergleich der europäischen Zeitungsmärkte zu formulieren. Im Mittelpunkt steht die normativ begründete Frage nach der quantitativen Vielfalt des Zeitungsangebots angesichts unterschiedlich starker, damals noch ausschließlich in Relation zum Fernsehen diskutierter Konzentrationsbewegungen, wobei zwischen nationalen, regionalen und lokalen Märkten unterschieden wird. Die – anhand eines umfangreichen Datenteils nachvollziehbaren – Ergebnisse sind eine hervorragende (doch viel zu selten genutzte) Vergleichsbasis für spätere Untersuchungen.

²³ Vgl. dazu u.a. Braman und Sreberny-Mohammadi (1996); Ferguson (1992); Golding und Harris (1997); Sreberny-Mohammadi et al. (1997); Wang et al. (2000); Chan und McIntyre (2002); McAnany (2002).

²⁴ Zu den „global playern“ im Medienbereich vgl. u.a. Croteau und Hoynes (2001); Gershon (1997); Hachmeister und Rager (2002); Kunczik (1997); zur Rolle multinationaler Nachrichtenagenturen vgl. Boyd-Barrett und Rantanen (1998).

²⁵ Von der parallel zu beobachtenden Schwerpunktverlagerung von öffentlichem zu privatem Eigentum ist vor allem der Rundfunk, kaum die traditionell dominierend privatwirtschaftlich organisierte Presse betroffen.

Auf den optimalen Voraussetzungen einer systematischen Auswahl und eines Mehrmethodendesigns basiert eine vom Europarat in Auftrag gegebene Untersuchung der Tageszeitungen und Fernsehprogramme in sechzehn europäischen Regionen (Musso et al. 1995). Die Zuordnung der regionalen Medienmärkte erfolgte sowohl nach organisatorischen Faktoren (lokale/nationale Eigentümer kombiniert mit öffentlichen/privaten beim Fernsehen und mit dem Grad der Konkurrenz durch Gratiszeitungen bei der Presse) als auch nach der räumlichen Orientierung der Berichterstattung in beiden Medientypen. Als unabhängige Kontextfaktoren wurden Sprache, Stärke der regionalen Identität, Rechtsstellung der Region und Ausmaß der wirtschaftlichen Regulierung definiert. Unter anderem gelang es, den Trend zu einer urbanen Berichterstattung („city-level coverage“) als Erfolgsfaktor der Tageszeitung zu identifizieren²⁶, eine Bedrohung regionaler Identitäten durch transnational agierende Unternehmen (mit Ausnahme von Partnerschaften zwischen regionalen Pressehäusern) nachzuweisen und damit die „Glocalization“-These²⁷ zu relativieren. Den aufgezeigten Problemen zunehmender, durch die steigenden Marktanteile der Gratiszeitungen verschärfter Konzentrationsprozesse und nur unzureichend auf regionale Bedingungen abgestimmter medienrechtlicher Regelungen folgt eine Reihe von Empfehlungen an eine europäische Medienpolitik.

Als drittes Beispiel für koordinierte Datenerhebungen zur Fundierung komparativer Forschungen sind die seit 1995 regelmäßig veröffentlichten Analysen der skandinavischen Medienmärkte zu nennen. Ihnen kommt die geringe Zahl von Vergleichsobjekten bei größerer Homogenität der Mediensysteme zugute, wodurch die Erstellung präziser Datenbasen erleichtert und die interne Validität der Ergebnisse (nicht aber ihre Verallgemeinerbarkeit unter abweichenden Kontextbedingungen) begünstigt wird. So konnten beispielsweise zwei Muster identifiziert werden, nach denen in Skandinavien die folgenschweren Marktveränderungen durch transnational operierende Gruppen abliefen: Einerseits fassten Unternehmen mit einer starken Position in einem ausgereiften Markt im Zuge ihrer Expansionsbestrebungen zuerst in benachbarten Ländern und in ihrem Kerngeschäft Fuß, ehe sie in andere geographische und/oder Medienmärkte eindringen, andererseits versuchten neue Unternehmen, sich zuerst im Bereich der neuen Medien, aber gleichzeitig auf mehreren nationalen Märkten zu etablieren (Harrie 2003; Sundin 2003).

Trotz dieser wenigen Ausnahmen ist generell festzustellen, dass der mit einer umfassenden Erhebung medienstatistischer Basisdaten verbundene Aufwand an Arbeitszeit und finanziellen Mitteln im Rahmen einzelner Projekte nur sel-

²⁶ Dieser mit der zunehmenden Urbanisierung Europas korrespondierende Trend wäre hinsichtlich der gesellschaftlichen Folgen eines sich verschärfenden Stadt-Land-Gefälles zu diskutieren.

²⁷ Ähnlich: European Federation of Journalists (2003, 7).

ten geleistet werden kann. Die meisten Arbeiten zu den strukturellen Veränderungen der Medienmärkte sind daher auf Sekundäranalysen vorhandener Daten angewiesen. Dazu gehören etwa die Studien von Gustafsson und Weibull (1997), Ward (2004) und der Media Group an der Turku School of Economics and Business Administration (Picard et al. 2000), die mit unterschiedlichem Fokus – Zeitungs(leser)markt, Eigentums- und Konzentrationsstrukturen des Mediensystems bzw. Wettbewerbsfähigkeit der Verlagsindustrie – die Situation in mehreren westeuropäischen Ländern, vorwiegend bzw. ausschließlich (Picard et al. 2000) Mitgliedsstaaten der Europäischen Union, vergleichen. Vor allem aber sind hier jene beiden Untersuchungen der Medienkonzentration zu nennen, die unter der Leitung von Sánchez-Taberner in sechzehn Mitgliedsstaaten des Europarates²⁸ durchgeführt wurden (Sánchez-Taberner 1993; Sánchez-Taberner und Carvajal 2002). Während die erste Untersuchung, ähnlich wie jene von Erdmann und Fritsch (1990), von der zunehmenden Deregulierung der Medienwirtschaft, insbesondere im Rundfunksektor, steigenden Werbeinvestitionen und dem europäischen Integrationsprozess ausgeht (erinnert sei hier an die Demokratisierungsprozesse in Griechenland, Portugal und Spanien), steht die Nachfolgestudie ganz im Zeichen der Globalisierung, der die Autoren die Forderung nach einer Art „Europäisierung“ entgegen halten. Darunter verstehen sie die politische Förderung europäischer Multimediakonzerne bei gleichzeitiger Kontrolle ihrer Marktposition. Der entscheidende Vorzug dieser beiden Studien liegt darin, dass bereits die erste nicht nur räumlich, sondern auch zeitlich vergleichend angelegt ist (sie bezieht sich auf die Jahre 1975 und 1990) und die Nachfolgestudie (für das Jahr 2000) mit demselben methodischen Instrumentarium²⁹ arbeitet. In den erfassten Aspekten sind daher für alle „klassischen“ Massenmedien Aussagen über Entwicklungstrends in einem Zeitraum von 25 Jahren möglich. Die Interpretation der Ergebnisse leidet jedoch unter der Qualität des verwendeten Datenmaterials: Die Definitionen und Kategorien eines von nationalen Beratern beantworteten „standardised questionnaire“ sind nicht ausgewiesen, eine Harmonisierung der Daten fand offenkundig nicht statt.

Mit der Situation in West- und Osteuropa befassen sich zwei Berichte der European Federation of Journalists (EFJ). Der von der Europäischen Kommission unterstützte und im Juni 2003 veröffentlichte Bericht über „Foreign ownership in Central and Eastern European media“ bezieht sich auf dreizehn mittel- und

²⁸ Auswahlkriterium war eine Bevölkerung von über einer Million Einwohner im Jahr 1990. Die Länderauswahl unterscheidet sich nur geringfügig von jener bei Gustafsson und Weibull (1997): an Stelle von Luxemburg und der Schweiz ging die Türkei in die Analysen ein.

²⁹ Die Untersuchung arbeitet allerdings mit nur wenigen Kriterien: der Zahl der Produkte, der Gesamtauflage, dem Marktanteil der beiden größten Unternehmen und dem Ausmaß ausländischer Beteiligungen.

osteuropäische Staaten, darunter alle neuen Mitglieder der Europäischen Union. Für sämtliche Länder gibt es detaillierte Angaben zu den ausländischen Beteiligungen an Medienunternehmen, allerdings erschwert die fehlende Harmonisierung der aus unterschiedlichen Quellen gewonnenen Daten vergleichende Auswertungen. Beispielsweise werden zwar generell die „Passauer Neue Presse“ und die WAZ als „main print media groups“ identifiziert, deren Expansionsbestrebungen den Wirtschaftsraum der mittel- und osteuropäischen Länder in einen nördlichen und einen südlichen Einflussbereich aufgeteilt erscheinen lassen (Tschechische Republik, Polen und die Slowakei vs. Ungarn, Bulgarien, Rumänien, Kroatien und Serbien), doch, weil quantitative komparativen Analysen fehlen, ist die Aussagekraft der faktenreichen Untersuchung beeinträchtigt. Dies gilt auch für den im September 2002 erschienenen und im Januar 2003 aktualisierten Bericht über die Medieneigentümer in Westeuropa, der sich überdies auf die „main players“ in den fünfzehn untersuchten Ländern beschränkt.

Selbstkritisch nennt eine von MIND, dem Mailänder Institute of Media Economics veröffentlichte Untersuchung der europäischen Medienindustrie von 1980 bis 1991 den Grund dafür, warum in den meisten international vergleichenden medienökonomischen Untersuchungen quantitative Analysen und statistischen Hypothesentests fehlen: Nach Ansicht ihrer Autoren wären „calculating statistics about the cultural industry, and identifying changes in their markets [...] hazardous exercises“, da die dafür notwendigen Daten „are often hard to acquire or incomplete, and often lack uniformity from one country to another“ (Coste-Cerdan und Minon 1993, 46f.). Der überwiegende Teil der Studie beschränkt sich daher auf die fünf großen europäischen Länder Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien; das im Vorwort angekündigte Ziel, Trends und zentrale Entwicklungen im Mediensystem regelmäßig zu analysieren, wurde in den Folgejahren nur für Italien realisiert.

So ist es wenig überraschend, dass Belange der Presse in Studien zur Medienpolitik der westeuropäischen Staaten (Humphreys' 1996; McQuail und Siune 1998)³⁰ oder der Europäischen Union (Kleinstauber und Rossmann 1994; Paraschos 1998; Venturelli 1998; Uwer 1998; Farda 2000) einen eher nachrangigen Stellenwert einnehmen – wie auch in der Medienpolitik selbst. Dies gilt gleichermaßen für die – erst in den letzten Jahren erfolgten – Bemühungen, die oft zögerlichen medienpolitischen Aktivitäten in den neuen Demokratien Mittel- und Osteuropas zu dokumentieren und zu analysieren (Berner 1998; Richter 1998; Wohlgemuth und Hiller 2002; Harcourt 2003; Kaminski 2003). „Press law created over earlier decades in Western Europe has remained largely unaffected by the[se] radical changes“, stellt Hoffmann-Riem (1992, 149f.)

³⁰ Mit einem spezifischen medienpolitischen Aspekt, nämlich der Presseförderung, beschäftigen sich in einem ländervergleichenden Vorgehen Holtz-Bacha (1994) und Murschetz (1998).

fest: „The attention of both state legislatures and academic research has instead focused on other areas, particularly broadcasting.“ Unterstrichen wird dieser Befund durch einen jüngst erschienenen Forschungsüberblick, der unter der Überschrift „Changes in the European media markets“ fast ausschließlich Arbeiten zum Fernsehmarkt präsentiert (Holtz-Bacha 2004, 465-467). Immerhin hatte schon vor rund einem Jahrzehnt der Europarat-Experte Jens Cavallin (1995, 14) darauf aufmerksam gemacht, dass für den Pressemarkt „reliable, up-to-date and comparable statistical data“ kaum verfügbar sind, „especially data that offer a common basis for political discussion“. Dies sei umso bedauerlicher, als „a crucial aspect to any solution of problem of media concentration is the lack of precise and current knowledge in this field: knowledge that is both systematic and, to the extent possible, standardized and processed“.

In der unbefriedigenden Datenlage für vergleichende Untersuchungen könnte auch einer der Gründe dafür liegen, warum in der gesellschaftlich so bedeutenden Frage nach der Zukunft der Zeitung die unabhängige Forschung das Terrain weitgehend den Interessenverbänden und Unternehmensberatern überlässt (z.B. McGarvey 1996; Prognos 2003a; Prognos 2003b; Repkova 2001; WAN 2004). Der Literaturüberblick zeigt nur wenige Ausnahmen. Dazu zählen einerseits Untersuchungen der Veränderungen in der soziodemographischen Struktur und den Nutzungsmotivationen der Leserschaft (Schönbach et al. 1999; Lauf 2001; Schönbach und Lauf 2002) sowie der damit verbundenen Reaktionen der Verleger, insbesondere des globalen Trends zum Tabloid-Format einschließlich seiner potentiellen Folgen einer „Tabloidisierung“ des Inhalts (Esser 1999; Sparks und Tulloch 2000). Andererseits beschäftigen sich einige Arbeiten mit den möglichen Folgewirkungen der zunehmenden Zahl und Auflagenhöhe der Gratistageszeitungen, die von Entrepreneurs, aber auch von etablierten Verlagen zur Erhöhung der Markteintrittsbarrieren gegründet werden (Bakker 2002; Vogel 2001).

Demgegenüber finden sich nur selten komparative Beiträge zu zahlreichen anderen Aspekten der zukünftigen Entwicklung der Zeitung, beispielsweise zur multimedialen Erweiterung von Printmarken (Jankowski und van Selm 2000) oder den Optimierungsmöglichkeiten im Medienmanagement (Altmeyen et al. 1994; Meier et al. 1994). Besonders erstaunlich ist die geringe Aufmerksamkeit, die die indirekten Auswirkungen der Globalisierung auf die Medienwirtschaft durch veränderte Strategien der Werbeindustrie erfahren. Immerhin stellt die Werbung eines der entscheidenden Fundamente des Mediensystems dar, die es nicht nur in spezifischer Weise prägen, sondern unter marktwirtschaftlichen Bedingungen überhaupt erst seine Existenz ermöglichen. Zwar gelten die Höhe der Werbeeinnahmen und der Anteil am gesamten nationalen Werbebudget als gängige Indikatoren für die wirtschaftliche Stärke eines Medien(sub)systems, doch widmen sich nur wenige Studien dem komplexen, von makro- und mikro-

ökonomischen, rechtlichen, kulturellen und infrastrukturellen Faktoren abhängigen Beziehungsgeflecht zwischen Medien und Werbung als eine der „key areas lobbyists are focusing on“ (European Federation of Journalists 2003, 6). Erste Annäherungen bieten die beiden von Kloss (2001; 2002) herausgegebenen Sammelbände. Charakteristisch für die gängige Forschungsrichtung ist es, dass sie von einer zwanzig Länder einschließenden Untersuchung der kulturellen Einflüsse – darunter auch des Mediennutzungsverhaltens – auf die Erscheinungsformen der Werbung eingeleitet werden (Mooij 2001), während komparative Analysen gegenläufiger Einflussprozesse der Werbeindustrie auf die Infrastruktur der Medien und insbesondere der Presse³¹ für Europa selten sind (Bruck und Selhofer 1996) oder über Fallbeispiele (z.B. Poll und Schmid 1998) kaum hinausreichen.

Zur Datengrundlage für vergleichende Untersuchungen

Vergleichende Forschung, so wurde mehrfach betont, steht vor spezifischen methodischen Anforderungen. Auch wenn sie im Rahmen dieses Beitrags nicht diskutiert werden können,³² soll im Folgenden – gemäß der Zielsetzung der vorliegenden Publikation – die Frage nach der Qualität der Daten als Voraussetzung für vergleichende Untersuchungen gestellt werden. Wenn Wirth und Kolb (2003, 105) Äquivalenz als das „Grundproblem der international vergleichenden Forschung“ bezeichnet haben (da die zu vergleichenden Phänomene in unterschiedliche Systemkontexte eingebunden sind), so ist damit auch das entscheidende Kriterium für den Aufbau der Datenbasis bezeichnet. Neben Fragen der Item- und Methodenäquivalenz (wenn z.B. Formulierungen von Items unterschiedliche Konnotationen hervorrufen oder Verzerrungen beim Einsatz der Erhebungsinstrumente entstehen) geht es hier vorrangig um Konstruktäquivalenz, also um die valide Operationalisierung eines Konstrukts, die sicher stellt, dass in allen Ländern funktional Vergleichbares gemessen wird (Pennings et al. 1999, 85f.). Wie eine kritische Sichtung der in der Forschung zur Messung der Struktur von Pressemärkten verwendeten Maßzahlen jedoch zeigt, sind Fragen der „correspondence between the measurements and the concept being measured“ sowohl im nationalen als auch im ländervergleichenden Kontext eher selten Gegenstand der Erörterung – eine Studie wie jene von Erdmann und Fritsch

³¹ Beispielhaft von Picard und Brody (1997) in ihrer Untersuchung des US-amerikanischen Marktes einbezogen.

³² Vgl. dazu aus politologischer Sicht: Berg-Schlosser und Müller-Rommel (2003); Landman (2003); Pennings et al. (1999); Przeworski und Teune (1982); aus psychologischer Sicht van de Vijver und Leung (1997); aus soziologischer Sicht: Kohn (1989). In der Kommunikationswissenschaft zuerst ausführlicher diskutiert von Blumler et al. (1992; bes. in der Einleitung und im Schlusskapitel); jüngst: Esser (2003); Livingstone (2003); Wirth und Kolb (2003).

(1990) bildet schon aus forschungsökonomischen Gründen die Ausnahme. Wenn üblicherweise vorhandene pressestatistische Basisdaten sekundäranalytisch verwendet werden, verschärft sich das Problem insofern, als es zu klären gilt, ob die Kriterien ihrer Ermittlung (zumeist durch amtliche Stellen, Interessenvertretungen oder Werbeagenturen) mit den Kriterien im Sinne der Indikatorenbildung im Rahmen der jeweiligen Untersuchung übereinstimmen. Um es an einem Beispiel überspitzt zu formulieren: Der Anstieg der Vielfalt des Zeitungsangebots im Zuge des Demokratisierungsprozesses nach dem Zusammenbruch des kommunistischen Systems wird kaum anhand der Neugründungen zu messen sein, wenn die dafür herangezogene Statistik „everything from porn magazines to speciality publications and new dailies and tabloids“ enthält (Giorgi und Pohoryles 1994, 40).

Im Folgenden sollen daher jene Quellen hinsichtlich der Qualität ihrer Daten geprüft werden, die sich für vergleichende Forschungen deshalb in besonderer Weise anbieten (und auch entsprechend genutzt werden), weil sie selbst bereits eine vergleichende Perspektive einnehmen. Dazu gehören einerseits *internationale Datensammlungen* wie:

- die von der World Association of Newspapers herausgegebenen *World Press Trends*, deren Daten (207 Staaten und Territorien in Jg. 2004) auf Informationen der nationalen Verlegerbände bzw. den Erhebungen von ZenithOptimedia beruhen,
- die verschiedenen Veröffentlichungen der UNO und der UNESCO wie das *World Media Handbook* (zuletzt erschienen 1995 im 50. Jahrgang) und die vom 1999 gegründeten Institute for Statistics der UNESCO retrospektiv und laufend publizierten Daten zu Zahl und Gesamtauflage der Zeitungen in den einzelnen Ländern (wie sie in der Regel von den nationalen statistischen Ämtern zur Verfügung gestellt werden),³³
- politische Handbücher wie das 1928 gegründete und zuletzt in der Ausgabe 2000-2002 erschienene *Political Handbook of the World*, die Buchreihe über *Western Europe* (6. Auflage für 2004), *Central and South-Eastern Europe* und *Eastern Europe, Russia and Central Asia* (jeweils in der 4. Auflage für 2004) und das bisher in zwei Ausgaben erschienene *Political Data Handbook OECD Countries* (Lane et al. 1991, 1997) sowie schließlich
- kommerzielle Zeitungskataloge wie *Benn's Media* und das *Gale Directory of Publications and Broadcast Media* (beide zuletzt 2004 erschienen), die – ähnlich den zuvor genannten politischen Handbüchern – zu einzelnen Zeitungstiteln diverse Informationen wie beispielsweise Auflagenhöhe und politische Orientierung enthalten.

³³ Für die Jahre 1970-1996 im Statistical Yearbook 1999, für die Jahre 1997-2000 – sehr lückenhaft und wenig aktuell – online (<http://www.uis.unesco.org>).

Andererseits sind hier eine Reihe von *Handbüchern* zu nennen, die von Experten verfasste, mehr oder minder koordinierte Darstellungen der nationalen Mediensysteme enthalten, vor allem:

- die 2003 in zweiter Auflage unter der Leitung von Amanada C. Quick erschienene *World Press Encyclopedia* (1. Auflage: 1982), die mit 232 Länderbeiträgen das umfassendste Nachschlagewerk seiner Art darstellt,
- das vom Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg herausgegebene *Internationale Handbuch Medien*, das 2002/03 das frühere *Internationale Handbuch für Hörfunk und Fernsehen* abgelöst hat und zuletzt als 27. Jahrgang (2004/05) u.a. mit 40 europäischen Länderstudien erschienen ist,
- das nun schon in drei, jeweils vollständig überarbeiteten Auflagen (1992, 1997, 2004) vorliegende Handbuch der Euromedia Research Group, das zuletzt zu den ursprünglichen 17 westeuropäischen Staaten sechs mittel- und osteuropäischen Länder aufgenommen und deshalb seinen ursprünglichen Titel *The Media in Western Europe* in *The Media in Europe* geändert hat,
- die 2003 von Donald H. Johnston herausgegebene *Encyclopedia of International Media and Communications*, die – neben anderen Themen – auch die Mediensysteme von 32 europäischen Staaten behandelt, sowie
- die 31 Staaten umfassende Online-Dokumentation zur *European Media Landscape*, veröffentlicht auf der Website des European Journalism Centre (EJC), die jedoch nur wenige pressestatistische Daten enthält und für die seit 2000 kein Update vorgenommen wurde (<http://www.ejc.nl/jr/emland/>).

Ergänzend zu erwähnen sind für spezifische geographische Regionen konzipierte Handbücher wie die seit 1995 erscheinende Reihe *Nordic Media Trends* mit detaillierten statistischen Daten und Analysen zu den nordischen und baltischen Staaten und das jüngst von Huber (2003) herausgegebene Handbuch zu den Medien in den neuen EU-Staaten Mittel- und Osteuropas (das freilich durch besondere Oberflächlichkeit auffällt), aber auch auf bestimmte Zielgruppen wie beispielsweise Minderheiten in europäischen Staaten fokussierende Dokumentationen (Brezigar 1999).

Die Herausgeber der genannten Handbücher haben – abgesehen von den *Nordic Media Trends* – in der Regel darauf verzichtet, Richtlinien für die Datenerfassung zu formulieren. So müssen die Herausgeber der jüngsten Ausgabe des *Euromedia Handbook* auch zugestehen, dass die ausgewiesenen Daten „are taken for the most part from secondary sources and are intended to support and illustrate the preceding analysis rather than to be used as primary sources in themselves for cross-national comparison“ (McQuail 2004, 1). Ohne die in anderen Bereichen liegenden Verdienste der genannten Publikationen tangieren zu wollen, erschweren die nicht oder nicht ausreichend koordinierte Datenauswahl, die fehlende Verständigung über die Variablen, die zu einer kri-

tischen Bewertung der zumeist aus nationalen Quellen unterschiedlicher Provenienz entnommenen Daten beigetragen hätte, und die bisweilen fehlenden Quellenangaben ihre Verwendung als Datenbasis für vergleichende Untersuchungen. Ebenso bleibt es „schwierig, auf der Basis unterschiedlicher Länderstudien systematische Vergleiche anzustellen“, wie Norris (2003, 144) in Bezug auf „additive Sammelwerke“ im Bereich der politischen Kommunikationsforschung festgestellt hat.

Im günstigsten Fall beruhen die Handbuchbeiträge auf einer der oben aufgelisteten internationalen Datensammlungen als gemeinsamer Datenbasis (wie den *World Press Trends* im Fall der dreibändigen *World Press Encyclopedia*). Doch auch deren Verwendung ist problematisch. Sie bemühen sich zwar um ein Mindestmaß an definitorischen Vorgaben, versäumen aber, die Kompatibilität und Vergleichbarkeit der von nationalen Interessenvertretungen und amtlichen Stellen übermittelten Informationen sicherzustellen. Das Problem nationaler Statistiken liegt jedoch darin, dass sie „bei gleicher Benennung eine leichte Vergleichbarkeit suggerieren“, tatsächlich aber „über ganz unterschiedliche Entstehungsbedingungen“ verfügen (Kleinsteuber 2003, 83f.). Eine *nachträgliche* „Standardisierung solcher Daten, die für valide Analysen nötig ist“, ist aber nicht nur „oft entmutigend“, wie Blumler und Gurevitch (2003, 373) meinen, sondern kaum möglich, weil die dafür notwendigen Rohdaten nicht zugänglich sind. Die Aufgaben der im Dezember 1992 auf Beschluss des Europarates gegründeten Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle, einer Einrichtung des öffentlichen Rechts, können allerdings die Herausgeber der Datensammlungen – wie die World Association of Newspapers und die UNESCO – allein von ihrer Zielsetzung und Organisationsstruktur her gar nicht zufrieden stellend wahrnehmen: nämlich Schaffung von Markttransparenz und Bereitstellung von Informationsdienstleistungen für die Fachwelt (<http://www.obs.coe.int/>).³⁴

Eine Homogenisierung der Datenerfassung wäre nicht nur für die audiovisuellen Medien, sondern auch für die Presse wünschenswert. Sie hatte der vom Europarat eingesetzte Sachverständigenausschuss für Fragen der Pressekonzentration bereits 1974 gefordert, doch blieb sein Bericht in dieser Hinsicht weitgehend folgenlos.³⁵ Zweifellos handelt es sich, wie Hasebrink (1995, 191) einräumt, bei den in den einzelnen Ländern angewandten Standards und Normen um „Konventionen, die meist in langwierigen Aushandlungsprozessen zwischen den beteiligten Interessengruppen festgelegt wurden“, sodass sich keine

³⁴ Seit 1995 gibt die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle / European Audiovisual Observatory ein Statistisches Jahrbuch (seit 2002 in fünf Teilbänden) heraus.

³⁵ Der Bericht des Sachverständigenausschusses und die anschließende Entschließung des Ministerausschusses sowie die Empfehlung der Parlamentarischen Versammlung des Europarates zur Pressekonzentration vom Januar 1975 sind abgedruckt in: Publizistik 20 (1975): 683-742. Zu den weiteren Aktivitäten des Europarates vgl. Uwer (1998).

„traditional route of enquiry into this sector in Europe“ ausbilden konnte (Coste-Cerdan und Minon 1993, 46). Ohne zeit- und kostenintensive Grundlagenforschung, die im Kontext von Einzeluntersuchungen kaum zu leisten ist, können daher jene kaum mehr bieten als „[to] provide general background figures, put facts into perspective, and provide a few indicators of the way forward“ (ibid.). Wie im Literaturüberblick jedoch zu zeigen versucht wurde, fordern trans- und multinationale Fragestellungen im Allgemeinen und der europäische Integrationsprozess im Besonderen die Wissenschaft heraus, Anstrengungen in Richtung einheitlicher Maßstäbe in der Datenerfassung zu setzen, letztlich in Richtung gemeinsamer Indikatoren zur verlässlichen Beschreibung der europäischen Pressemärkte.

Das Projekt „Europäische Pressemärkte“

Dieses Ziel verfolgt das von Schneider und Schütz initiierte Projekt. Schon Erdmann und Fritsch (1990) hatten versucht, gültige Kriterien für einen Vergleich der europäischen Zeitungsmärkte zu formulieren; eine Standardisierung der von den nationalen Verlegerverbänden oder statistischen Büros stammenden Daten wurde damals seitens der Autoren vorgenommen. Schneider und Schütz hingegen wählten ein mehrstufiges (und weiterhin offenes) Verfahren, um in Kooperation mit Experten in einer Reihe von west- und osteuropäischen Staaten Variablendefinitionen und Operationalisierungen zu diskutieren. Damit wird erstmals in der europäischen Pressestatistik ein methodisches Instrumentarium vorgelegt, das Konstruktäquivalenz, ein Hauptproblem vergleichender Forschung, sicher zu stellen versucht. Die damit zu erzielende Datenqualität lässt sich am Beispiel der kommunikationswissenschaftlich argumentierten Definition der Zeitung (siehe den Beitrag von Schneider und Schütz in diesem Band) verdeutlichen:

- Einerseits ist sie präzise in ihrer Trennung zwischen „Zeitungsprodukten“ als den auf dem Zeitungsmarkt den Lesern angebotenen Objekten und „Zeitungsunternehmen“ als den Verlagen, die Zeitungen herausbringen. Die Orientierung am Leser und den ihm angebotenen Produkten macht Entscheidungen, wie sie die UNESCO und das Europäische Komitee für Normung verlangen,³⁶ überflüssig: das dort formulierte Kriterium, wonach sich eine Ausgabe von den anderen im Inhalt „grundlegend“ unterscheiden müsse, um gezählt zu werden, ist kaum zu operationalisieren. Die im Projekt „Europäische Pressemärkte“ vorgeschlagene Einteilung nach Zeitungen mit und ohne Kernredaktion erlaubt hingegen keinen Interpretationsspielraum und ist daher leicht vorzunehmen.
- Andererseits ist die gebotene Definition aber auch flexibel genug, um neue Formen wie Gratisblätter, wenn sie die Kriterien für Zeitungen erfüllen, mit ein-

³⁶ UNESCO Records of the General Conference, Twenty-third Session, Sofia 1985; EN ISO 9707.

schließen zu können³⁷ und um Kompatibilität mit Kriterien anderer Definitionen zu gewährleisten. So lässt sich etwa in Kombination mit dem Merkmal „Erscheinungshäufigkeit“ das von der UNESCO, dem Europäischen Komitee für Normung und der World Association of Newspapers³⁸ verwendete Definitionskriterium der Tageszeitung als mindestens viermal wöchentlich erscheinende Zeitung rekonstruieren.

Ein Vergleich der von den Teilnehmern an der Initiative „Europäische Pressemärkte“ ermittelten Gesamtzahlen für 1998/99 bzw. – in den Länderbeiträgen – für 2001/02 mit jenen in einigen der oben genannten Werke zeigt aufschlussreiche Ergebnisse. So stimmen die im *Internationalen Handbuch Medien* bzw. in den *World Press Trends* veröffentlichten Zahlen lediglich für vier bzw. fünf der dreizehn in diesem Band dokumentierten Länder³⁹ mit der Zahl der Zeitungen mit und ohne Kernredaktion *dann* weitgehend überein, wenn gemäß der UNESCO-Definition zumindest viermal wöchentlich erscheinende Zeitungen berücksichtigt werden (ohne weitere Ausgaben). In je drei weiteren Fällen scheinen sich die Zahlen allerdings auf mindestens zweimal wöchentlich erscheinende Zeitungen zu beziehen, und in einem weiteren Fall findet sich schließlich die Gesamtzahl aller Ausgaben. Dies ist umso erstaunlicher, als sich zumindest die *World Press Trends* explizit auf die UNESCO-Definition berufen.

Die von der UNESCO selbst veröffentlichten Daten entsprechen in fünf Fällen ihrer eigenen Definition, in zwei weiteren muss auch eher von einer zweimal wöchentlichen Erscheinungsweise ausgegangen werden – stets ohne Berücksichtigung weiterer Ausgaben. Im Vergleich zum *Euromedia Handbook* sind ebenfalls insgesamt sieben (weitgehende) Übereinstimmungen zu registrieren: fünfmal unter der Prämisse der Zahl der Zeitungen mit und ohne Kernredaktion (unabhängig vom Kriterium der Erscheinungshäufigkeit, da hier nur Länder betroffen sind, in denen zwei- bis dreimal wöchentlich erscheinende Zeitungen keine Rolle spielen) sowie je einmal unter der Prämisse der Zahl der Zeitungen mit Kernredaktion (also der sog. „Publizistischen Einheiten“) und unter der Prämisse der Gesamtzahl der Ausgaben. Deutlicher könnte die Notwendigkeit einer verbindlich definierten Zählereinheit nicht unterstrichen werden. Indikatoren, die auf dieser Grundlage aufbauen (z.B. Zahl der Zeitungen pro 1 Mio. Einwohner), verzerrten die Ergebnisse jeder vergleichenden Untersuchung.

³⁷ Ähnliches gilt für „specialized newspapers“, über deren Aufnahme anhand der definierten Kriterien zu entscheiden ist. So können Wirtschaftszeitungen durchaus einen tendenziell universellen, wenn auch unter wirtschaftlicher Perspektive berichteten Inhalt aufweisen.

³⁸ Anders als die UNESCO und das Europäische Komitee für Normung kennt die World Association of Newspapers (WAN) für die Zeitungsdefinition ausschließlich die verschiedenen Ausprägungen der Variablen „Erscheinungshäufigkeit“, also keine zusätzlichen inhaltlichen Kriterien.

³⁹ Russland wird in diesem Vergleich nicht berücksichtigt, weil sich die hier gegebenen Daten nur auf jene Zeitungen beziehen, die in Städten über 500.000 Einwohner erscheinen.

Zwei weitere Einschränkungen sind zusätzlich zu bedenken: Die Angaben zur Gesamtzahl der Zeitungen sind – mit Ausnahme der *World Press Trends* – einerseits lückenhaft (sie fehlen im *Internationalen Handbuch Medien* und bei den UNESCO-Daten für je vier der dreizehn in diesem Band dokumentierten Länder, im *Euromedia Handbook* sogar für sechs). Andererseits sind bei den verbleibenden Ländern – und hier besonders in den *World Press Trends* – Abweichungen in der Höhe von –50% bis +65% im Vergleich zur Zahl der Zeitungen mit und ohne Kernredaktion zu verzeichnen. Zum Teil hängen sie von den jeweils verwendeten Datenquellen ab, also beispielsweise von der Zahl der Verlage, die in den nationalen Verlegerverbänden vertreten sind, oder sie ergeben sich aus den tradierten unterschiedlichen Erfassungskriterien der amtlichen Pressestatistiken, die nicht immer kommunikationswissenschaftlichen Gesichtspunkten gerecht werden. Die Länderbeiträge (in Teil 3 dieses Buches) geben darüber Auskunft. Verlässliche Daten fehlen besonders in einigen mittel- und osteuropäischen Ländern.

Dies lässt sich auch bei den Angaben zur Gesamtauflage beobachten, die in den *World Press Trends* und in den UNESCO-Statistiken veröffentlicht werden (in den anderen Nachschlagewerken sind solche Informationen nur sporadisch zu finden.) Während für sechs der sieben hier dokumentierten westeuropäischen Länder eine weitgehende Übereinstimmung in den Auflagenzahlen ($\pm 8\%$) zu verzeichnen ist, sind bei den mittel- und osteuropäischen Staaten – mit einer Ausnahme – mindestens doppelt, zumeist aber mehrfach so hohe Differenzen zu erkennen. Es gehört daher zu den besonderen Verdiensten der von Schneider und Schütz ergriffenen Initiative, dass von vornherein zahlreiche Partnerinstitutionen aus den neuen europäischen Demokratien eingebunden sind. Die vorgesehene verpflichtende Deklaration der Auflagenangaben als gedruckte, verbreitete oder verkaufte Auflage erhöht jedoch auch für Westeuropa die Datentransparenz.

Punktuelle Modifizierungen (etwa in Bezug auf die Sammelkategorie der „near newspaper print products“) und Erweiterungen des Kategoriensystems (wie die konsequentere Berücksichtigung relevanter Märkte) sollten zwar nach Ansicht des Autors noch diskutiert werden, doch zeigen schon diese beiden, wenn auch zentralen, Beispiele die Dringlichkeit eines einheitlichen, den methodischen Anforderungen vergleichender Forschung genügenden Instrumentariums zur Erfassung der Pressemärkte in Europa. Das Projekt geht dabei weit über eine Pressestatistik im engeren Sinn hinaus und legt mit seinen drei Säulen der Zeitungsprodukte, der Zeitungsunternehmen und des Zeitungsangebots die Basis für differenzierte medienökonomische Forschungen, ohne die Grenzen des Machbaren außer Acht zu lassen. Damit setzt es einen ersten großen Schritt in die richtige Richtung, dem hoffentlich weitere folgen werden.

Internationale Datensammlungen

World press trends. 2004. Paris: WAN/ZenithOptimedia [seit 1989].

Statistical yearbook. 1999. Paris: UNESCO [seit 1963; online: <http://www.uis.unesco.org>].

World media handbook. 1995. New York: United Nations [frühere Auflagen: 1990, 1992-94].

Political handbook of the world 2000-2002. Binghamton, NY: CSA Publications [seit 1928; gegründet 1927: *A political handbook of Europe*].

Lane, Jan-Erik, David McKay und Kenneth Newton. 1997. *Political data handbook OECD countries*. 2. Aufl. Oxford et al.: Oxford University Press [1. Aufl. 1991].

Central and South Eastern Europe 2004. 4. Aufl. London, New York: Europa Publications – Taylor & Francis [seit 2000; gegründet 1990: *Eastern Europe and the Commonwealth of Independent States*].

Eastern Europe, Russia and Central Asia 2004. 4. Aufl. London, New York: Europa Publications – Taylor & Francis [seit 2000; gegründet 1990: *Eastern Europe and the Commonwealth of Independent States*].

Western Europe 2004. 6. Aufl. London, New York: Europa Publications – Taylor & Francis [seit 1988].

Benn's Media. 2004. Tonbridge, Kent: CMP Information [seit 1993; gegründet 1846: *Newspaper press directory*, 1978-1982: *Benn's press directory*, 1983-1992: *Benn's media directory*].

Gale directory of publications and broadcast media. 2004. Detroit, Mich.: Gale [seit 1990; gegründet 1869: *Geo. P. Rowell & Co's American newspaper directory*, 1880-1929: *N. W. Ayer & Sons American newspaper annual and directory*, 1930-1969: *N. W. Ayer & Son's directory newspapers and periodicals*, 1970-1982 *The IMS directory of publications*, 1983-1985: *The IMS Ayer directory of publications*, 1986: *The IMS directory of publications*, 1987-1989: *Gale directory of publications*].

Handbücher, Darstellungen nationaler Mediensysteme

Quick, Amanada C., Hg. 2003. *World press encyclopedia: A survey of press systems worldwide*. 2. Aufl. Detroit et al.: Thomson Gale [1. Aufl. 1982].

Hans-Bredow-Institut für Medienforschung, Hg. 2004. *Internationales Handbuch Medien 2004/2005*. Baden-Baden: Nomos [seit 2002/03; gegründet 1957: *Internationales Handbuch für Rundfunk und Fernsehen*, 1992/93-2000/01: *Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen*].

Kelly, Mary, Gianpietro Mazzoleni und Denis McQuail, Hg. 2004. *The media in Europe: The Euromedia handbook*. London: Sage [1. Aufl. 1992 und 2. Aufl. 1997: *The media in Western Europe*, hg. von Bernt Stubbe Østergaard].

Johnston, Donald H., Hg. 2003. *Encyclopedia of international media and communications*. Amsterdam et al.: Academic Press.

European Journalism Centre, Hg. 2000. *European media landscape*. (online: <http://www.ejc.nl/jr/emland/>)

Harris, Eva, Hg. 2003. *The Nordic media market 2003: Media companies and business activities*. Nordic media trends 7. Göteborg: Nordicom, 2003 [seit 1995; online: <http://www.nordicom.gu.se/>].

Huber, Sylvia, Hg. 2003. *Medien in den neuen EU-Staaten Mittel- und Osteuropas: Inklusive Beitrittskandidat Türkei*. Krems: Donau-Universität.

Brezigar, Bojan, Hg. 1999. *The minority daily press in Europe: Proceedings of the 1st European Conference of the Minority Daily Press*. Bozen: Athesia.

Zitierte Literatur

Adamowski, Janusz, und Marek Jablonowski, Hg. 2001. *The role of local and regional media in the democratization of the Eastern and Central European societies*. Warschau: Oficyna Wydawn ASPRA-JR.

Albarran, Alan B., und Sylvia M. Chan-Olmsted, Hg. 1998. *Global media economics: Commercialization, concentration and integration of world media markets*. Ames, Iowa: Iowa State University Press.

Almond, Gabriel A., und Sydney Verba. 1963. *The civic culture: Political attitudes and democracy in five countries*. Princeton: Princeton University Press.

Altmeppen, Klaus-Dieter, Martin Löffelholz, Monika Pater, Armin Scholl und Siegfried Weischenberg. 1994. Die Bedeutung von Innovationen und Investitionen in Zeitungsverlagen. In *Print unter*

- Druck: Zeitungsverlage auf Innovationskurs. *Verlagsmanagement im internationalen Vergleich*, hg. von Peter A. Bruck, 37-193. München: Fischer.
- Altschull, Herbert J. 1984. *Agents of power: The role of news media in human affairs*. New York: Longman.
- Aumente, Jerome, Peter Gross, Ray Hiebert, Owen V. Johnson und Dean Mills. 1999. *Eastern Europe journalism: Before, during and after communism*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Bakker, Piet. 2002. Free daily newspapers: Business models and strategies. *The International Journal on Media Management* 4: 180-187.
- Beam, Susan. 1992. Surveying the territory: Re-examing MacBride and theories of development. *Gazette* 50: 109-145.
- Berg-Schlosser, Dirk, und Ferdinand Müller-Rommel, Hg. 2003. *Vergleichende Politikwissenschaft*. 4., überarb. und erw. Aufl. Opladen: Leske + Budrich.
- Berner, Benedicte Eyde. 1998. Comparative analysis: Media in Serbia, Bosnia Herzegovina and Croatia. In *Media in Europe: The yearbook of the European Institute for the Media 1998*, hg. von Jo Langham-Brown, 162-180. Düsseldorf: European Institute for the Media.
- Blumler, Jay G., und Michael Gurevitch. 1975. Towards a comparative framework for political communication research. In *Political communication: Issues and strategies for research*, hg. von Steven H. Chaffee, 165-194. Beverly Hills, London: Sage.
- Blumler, Jay G., und Michael Gurevitch. 1977. Linkages between mass media and politics: A model for the analysis of political communication analysis. In *Mass Communication and society*, hg. von James Curran, Michael Gurevitch and Janett Woollacott, 270-290. London: Edward Arnold.
- Blumler, Jay G., und Michael Gurevitch. 2003. Der Stand der vergleichenden politischen Kommunikationsforschung: Ein eigenständiges Feld formiert sich. In *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich: Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*, hg. von Frank Esser und Barbara Pfetsch, 371-392. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Blumler, Jay G., Jack M. McLeod und Karl Erik Rosengren, Hg. 1992. *Comparatively speaking: Communication and culture across space and time*. Newbury Park, Calif., et al.: Sage.
- Boyd-Barrett, Oliver, und Terhi Rantanen, Hg. 1998. *The globalization of news*. London et al.: Sage.
- Braman, Sandra, und Annabelle Sreberny-Mohammadi, Hg. 1996. *Globalization, communication and transnational civil society*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Breunig, Christian. 1994. *Kommunikationsfreiheiten: Ein internationaler Vergleich*. Konstanz: UVK.
- Bruck, Peter A., und Hannes Selhofer. 1996. Sind die fetten Jahre vorbei? Zur internationalen Werbemarktentwicklung. In *Ökonomie der Medien und des Mediensystems: Grundlagen, Ergebnisse und Perspektiven medienökonomischer Forschung*, hg. von Klaus-Dieter Altmeppen, 179-202. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Brunnbauer, Ulf, Hannes Grandits, Siegfried Gruber, Karl Kaser, Robert Pichler und Christian Promitzer, Hg. 1999a. *Education and media in Southeast Europe: Country reports*. Graz: Center for the Study of Balkan Societies and Cultures.
- Brunnbauer, Ulf, Hannes Grandits, Siegfried Gruber, Karl Kaser, Robert Pichler und Christian Promitzer, Hg. 1999b. *How to construct civil societies? Education, human rights and media in South-east Europe: A critical guide*. Graz: Center for the Study of Balkan Societies and Cultures.
- Busch, Dominic, Igor Panasiuk und Hartmut Schröder, Hg. 2003. *Medientransformationsprozesse, gesellschaftlicher Wandel und Demokratisierung in Südosteuropa*. Frankfurt am Main et al.: Lang.
- Casmir, Fred L., Hg. 1995. *Communication in Eastern Europe: The role of history, culture, and media in contemporary conflicts*. Hillsdale, NJ, et al.: Erlbaum.

- Cavallin, Jens. 1995. Comparative studies on media concentration in Europe. In *Media structure and the state: Concepts, issues, measures*, hg. von Karl Erik Gustafsson, 9-34. Göteborg: Grafikerna i Kungälv AB.
- Chan, Joseph Man, und Bryce Telfer McIntyre, Hg. 2002. *In search of boundaries: Communication, nation-states, and cultural identities*. Westport, Conn., London: Ablex.
- Chan, Tsan-Kuo. 2001. Comparing nations in mass communication research, 1970-97: A critical assessment of how we know what we know. *Gazette* 63: 415-434.
- Coste-Cerdan, Nathalie, und Marc Minon. 1993. The media markets in Europe: Evolution between 1980 and 1991. In *Media industry in Europe*, hg. von Antonio Pilati, 45-69. London, Paris, Rome: Libbey.
- Croteau, David, und William Hoynes. 2001. *The business of media: Corporate media and the public interest*. Thousand Oaks, Calif. et al.: Pine Forge Press.
- Curran, James, und Myung-Jin Park, Hg. 2000. *De-Westernizing media studies*. London, New York: Routledge.
- Downing, John D. H. 1996. *Internationalizing media theory: Transition, power, culture. Reflections on media in Russia, Poland and Hungary 1980-95*. London et al.: Sage.
- Edelstein, Axel S. 1982. *Comparative communication research*. Beverly Hills, Calif. et al.: Sage.
- Edelstein, Axel S. 1983. Konzept für eine vergleichende Kommunikationsforschung: Eine kritische Perspektive. *Rundfunk und Fernsehen* 31: 12-23.
- Erdmann, Georg, und Bruno Fritsch. 1990. *Zeitungsvielfalt im Vergleich: Das Angebot an Tageszeitungen in Europa*. Mainz: v. Hase & Koehler.
- Esser, Frank. 1999. "Tabloidization" of news: A comparative analysis of Anglo-American and German press journalism. *European Journal of Communication* 14: 291-324.
- Esser, Frank. 2002. Transnationale Journalismusforschung: Bilanz ihrer Befunde und Bedeutung. In *Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation*, hg. von Andreas Hepp und Martin Löffelholz, 319-344. Konstanz: UVK.
- Esser Frank. 2003. Bilanz der komparativen politischen Kommunikationsforschung. In *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich: Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*, hg. von Frank Esser and Barbara Pfetsch, 437-494. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Esser, Frank, und Barbara Pfetsch, Hg. 2003. *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich: Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag [engl. Fassung: *One world, different news: Comparing political communications*. New York: Cambridge University Press, in Druck].
- European Federation of Journalists. 2002 [updated January 2003]. *European media ownership: Threats on the landscape. A survey of who owns what in Europe*. Brussels (<http://www.ifj-europe.org/>).
- European Federation of Journalists. 2003. *Foreign ownership in Central and Eastern European media: Ownership, policy issues and strategies*. Brussels (<http://www.ifj-europe.org/>).
- Farda, Constanze. 2000. Europäische Medienpolitik: *Eine Policy-Analyse der Fernseh- und der Anti-konzentrationsrichtlinie*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Ferguson, Marjorie. 1992. The mythology about globalization. *European Journal of Communication* 7: 69-93.
- Galtung, Johan. 1971. A structural theory of imperialism. *Journal of Peace Research* 8: 81-118.
- Gerbner, George. 1973. Cultural indicators: The third voice. In *Communications technology and social policy*, hg. von George Gerbner, Larry P. Gross & William H. Melody, 555-573. New York et al.: Wiley.

- Gerbner, George. 1977. Comparative cultural indicators. In *Mass media policies in changing cultures*, hg. von George Gerbner, 199-205. New York: Wiley, 1977.
- Gershon, Richard A. 1997. *The transnational media corporation: Global messages and free market competition*. Mahwah, NJ, London: Erlbaum.
- Giorgi, Liana, und Ronald J. Pohoryles. 1994. *Media in transition: The case of Hungary, Poland and Czechia*. Wien: Interdisziplinäres Forschungszentrum Sozialwissenschaften.
- Golding, Peter, und Phil Harris, 1996. *Beyond cultural imperialism: Globalisation. Communication and the new international order*. London: Sage.
- Gross, Peter. 2002. *Entangled evolutions: Media and democratization in Eastern Europe*. Washington, D.C.: Woodrow Wilson Center Press.
- Gulyás, Ágnes. 2003. Print media in post-communist East Central Europe. *European Journal of Communication* 18: 81-106.
- Gunther, Richard, und Anthony Mughan. 2000. *Democracy and the media: A comparative perspective*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Gustafsson, Karl Erik, und Lennart Weibull. 1997. European newspaper readership: Structure and development. *Communications* 22: 249-273.
- Hachmeister, Lutz, und Günther Rager. 2002. *Wer beherrscht die Medien? Die 50 größten Medienkonzerne der Welt. Jahrbuch 2003*. München: Beck.
- Hachten, William A. 1981. *The world news prism: Changing media, clashing ideologies*. Ames, Iowa: Iowa State Univ. Press.
- Hancock, Alan. 1994. Communication policies, planning, and research in Unesco: From the seventies to the nineties. In *Mass communication research: On problems and policies. In honor of James D. Holloran*, hg. von Cees J. Hamelink and Olga Linné, 21-37. Norwood, NJ: Ablex.
- Harcourt, Alison. 2003. The regulation of media markets in selected EU accession states in Central and Eastern Europe. *European Law Journal* 9: 316-340.
- Harrie, Eva. 2003. The newspaper market. In *The Nordic media market 2003: Media companies and Business activities*, hg. von Eva Harrie, 29-49. Göteborg: Nordicom.
- Hasebrink, Uwe. 1995. Vergleichende Betrachtungen zur Fernsehnutzung in Europa. In *Kommunikationsraum Europa: Berichtsband der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) vom 17.-19. Juni 1993 in Berlin*, hg. von Lutz Erbring, 190-202. München: Ölschläger.
- Holtz-Bacha, Christina. 1994. Presseförderung im westeuropäischen Vergleich. In *Medienmanager Staat: Von den Versuchen des Staates, Medienvielfalt zu ermöglichen. Medienpolitik im internationalen Vergleich*, hg. von Peter A. Bruck, 443-567. München: Reinhard Fischer.
- Holtz-Bacha, Christina. 2004. Political communication research abroad: Europe. In *Handbook of political communication research*, hg. von Lynda Lee Kaid, 463-478. Mahwah, NJ, London: Erlbaum.
- Høyer, Svennik, Epp Lauk und Peeter Vihalemm, Hg. 1993. *Towards a civic society: The Baltic's media long road to freedom. Perspectives on history, ethnicity and journalism*. Tartu: Nota Baltica Ltd.
- Humphreys, Peter. 1996. *Mass media and media policy in Western Europe*. Manchester et al.: Manchester Univ. Press.
- Huntington, Samuel P. 1991. *The third wave: democratization in the late twentieth century*. Norman, Oklahoma: Univ. of Oklahoma Press.
- Inglehart, Ronald. 1997. *Modernization and postmodernization: Cultural, economic and political change in 43 societies*. Princeton, NJ: Princeton Univ. Press.

- Jakubowicz, Karol. 1990. Between Communism and Post-Communism: How many varieties of Glasnost? In *Democratization and the media: An East-West dialogue*, hg. von Slavko Splichal, John Hochheimer, Karol Jakubowicz, 40-55. Communication and culture colloquia, Faculty of Sociology, Political Science and Journalism, University of Ljubljana. Ljubljana.
- Jankowski, Nicholas W.; and Martine van Selm. 2000. Traditional news media online: An examination of added values. *Communications* 25: 85-101.
- Jarren, Otfried, und Patrick Donges. 2002. *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*. Bd. 1: *Verständnis, Rahmen und Strukturen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kaminski, Ireneusz C. 2003. Applying Western media law standards in East Central Europe. In *Reinventing media: Media policy reform in East-Central Europe*, hg. von Miklós Sükösd and Bajomi-Lázár, 63-84. Budapest: Central European University Press.
- Kelly, Philip F. 1999. The geographies and politics of globalization. *Progress in Human Geography* 23: 379-400.
- Kevin, Deirdre. 2003. *Europe in the media: A comparison of reporting, representation, and rhetoric in national media systems in Europe*. Mahwah, NJ, London: Erlbaum.
- Kleinsteuber, Hans J., und Torsten Rossmann. 1994. *Europa als Kommunikationsraum: Akteure, Strukturen und Konfliktpotentiale in der europäischen Medienpolitik*. Opladen: Leske + Budrich.
- Kleinsteuber, Hans J. 2003. Medien und Kommunikation im internationalen Vergleich: Konzepte, Methoden und Befunde. In *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich: Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*, hg. von Frank Esser und Barbara Pfetsch, 78-103. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Klimkiewicz, Beata. 2003. Media policy for ethnic and national minorities in Poland, the Czech Republic and Slovakia. In *Reinventing media: Media policy reform in East-Central Europe*, hg. von Miklós Sükösd and Bajomi-Lázár, 155-184. Budapest: Central European University Press.
- Kloss, Ingomar, Hg. 2001. *Advertising worldwide: Advertising conditions in selected countries*. Berlin et al.: Springer.
- Kloss, Ingomar, Hg. 2002. *More advertising worldwide*. Berlin et al.: Springer.
- Kogoj, Cornelia. 1998. Minderheitenmedien – Medien für Minderheiten? *Relation* 5: 9-64.
- Kohn, Melvin L. 1989. Cross-national research as an analytical strategy. In *Cross-national research in sociology*, hg. von Melvin L. Kohn, 77-102. Newbury Park, Calif., et al.: Sage.
- Kopper, Gerd G. 1997. Europäische Öffentlichkeit: Ansätze für ein internationales Langzeitprojekt. In *Europäische Öffentlichkeit: Entwicklungen von Strukturen und Theorie*, hg. von Gerd G. Kopper, 9-16. Berlin: Vistas.
- Kopper, Gerd G., und Paolo Mancini, Hg. 2003. *Kulturen des Journalismus und politische Systeme: Probleme internationaler Vergleichbarkeit des Journalismus in Europa - verbunden mit Fallstudien zu Großbritannien, Frankreich, Italien und Deutschland*. Berlin: Vistas.
- Kuhn, Raymond, und Erik Neveu, Hg. 2002. *Political journalism: New challenges, new practices*. London, New York: Routledge.
- Kunczik, Michael. 1997. *Media giants: Ownership concentration and globalisation*. Bonn: Friedrich Ebert-Stiftung.
- Landman, Todd. 2003. *Issues and methods in comparative politics: An introduction*. 2nd ed. London, New York: Routledge.
- Lange, Bernd-Peter, und David Ward, Hg. 2004. *The media and elections: A handbook and comparative study*. Mahwah, NJ, London: Erlbaum.
- Lasswell, Harold D., Daniel Lerner und Ithiel de Sola Pool. 1952. *The comparative study of sym-*

*bo*ls. Stanford: Stanford University Press.

Lauf, Edmund. 2001. The vanishing young reader: Sociodemographic determinants of newspaper use as a source of political information in Europe, 1980-98. *European Journal of Communication* 16: 233-243.

Lerner, Daniel. 1958. *The passing of traditional society: Modernizing the Middle East*. Glencoe, Ill.: The Free Pr., 1958

Lerner, Daniel, und Wilbur Schramm, Hg. 1967. *Communication and Change in the Developing Countries*. Honolulu: University Press of Hawaii.

Livingstone, Sonia. 2003. On the challenges of cross-national comparative media research. *European Journal of Communication* 18: 477-500.

Maarek, Philippe J., und Gadi Wolsfeld. 2003. *Political communication in a new era: A cross-national perspective*. London, New York: Routledge.

MacBride, Sean, Hg. 1980. *Many voices, one world: Communication and society – today and tomorrow. Towards a new more just and more efficient world information and communication order*. London et al.: Kogan Page.

Mazzoleni, Gianpietro, Julianne Stewart und Bruce Horsfield. 2003. *The media and neo-populism: A contemporary comparative analysis*. Westprt, Conn., London: Praeger.

McAnany, Emile G. 2002. Globalization and the media: The debate continues. *Communication Research Trends* 21, No. 4: 3-19.

McGarvey, Patrick. 1996. *Current trends in European media: Opportunities and challenges in a dynamic market*. London: Financial Times Telecoms & Media Publishing.

McQuail, Denis. 2004. Introduction. In *The media in Europe: The Euromedia handbook*, hg. von Mary Kelly, Gianpietro Mazzoleni and Denis McQuail, 1-3. London et al.: Sage.

McQuail, Denis, Rosario de Mateo und Helena Tapper. 1992. A framework of analysis of media change in Europe in the 1990s. In *Dynamics of media politics: Broadcast and electronic media in Western Europe*, hg. von Karen Siune and Wolfgang Truetzschler, 8-25. London et al.: Sage.

McQuail, Denis, und Karen Siune, Hg. (für die Euromedia Research Group) 1998. *Media policy: Convergence, concentration and commerce*. London et al.: Sage

Meier, Werner A., Michael Schanne und Josef Trappel. Produktstrategien und Marktnischenpolitik. In *Print unter Druck: Zeitungsverlage auf Innovationskurs. Verlagsmanagement im internationalen Vergleich*, hg. von Peter A. Bruck, 195-291. München: Fischer.

Merkel, Wolfgang. 1999. *Systemtransformation: Eine Einführung in die Theorie und Empirie der Transformationsforschung*. Opladen: Leske + Budrich.

Milev, Rossen. 1999. Medien. In *Südosteuropa: Gesellschaft, Politik, Wirtschaft, Kultur. Ein Handbuch*, hg. von Magarditsch Hatschikjan und Stefan Troebst, 462-483. München: Beck.

Mooij, Marieke de. 2001. The impact of culture on advertising. In *Advertising worldwide: Advertising conditions in selected countries*, hg. von Ingomar Kloss, 1-24. Berlin et al.: Springer.

Mooij, Marieke de. 2003. Internet and culture. In *Internet, economic growth and globalization: Perspectives on the new economy in Europe, Japan and the USA*, hg. von Claude E. Barfield, Günter Heiduk und Paul J. J. Welfens, 109-130. Berlin et al.: Springer.

Mühle, Eduard, Hg. 1997. *Vom Instrument der Partei zur „Vierten Gewalt“: Die ostmitteleuropäische Presse als zeithistorische Quelle*. Marburg: Herder-Institut.

Murschetz, Paul. 1998. State support fort he daily press in Europe: A critical appraisal. Austria, France, Norway and Sweden compared. *European Journal of Communication* 13: 291-314.

- Musso, Pierre, Philippe Souëtre und Lionel Levasseur. 1995. *The printed press and television in the regions of Europe*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- Nerone, John C. 1995. *Last rights: Revisiting four theories of the press*. Urbana: Univ. of Illinois Press.
- Nordenstreng, Kaarle. 1997. Beyond the four theories of the press. In *Media and politics in transition: Cultural identity in the age of globalization*, hg. von Jan Servaes and Rico Lie, 97-109. Leuven: Acco.
- Norris, Pippa. 2003. Globale politische Kommunikation: Freie Medien, Gutes Regieren und Wohlstandsentwicklung. In *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich: Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*, hg. von Frank Esser und Barbara Pfetsch, 135-178. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Oehmichen, Ekkehardt, und Christian Schröter. 2003. Funktionswandel der Massenmedien durch das Internet? *Media Perspektiven*, H. 8: 374-384.
- O'Neil, Patrick H., Hg. 1997. *Post-communism and the media in Eastern Europe*. London: Cass.
- Paletz, David L., Karol Jakubowicz und Pavao Novosel, Hg. 1995. *Glasnost and after: Media and change in Central and Eastern Europe*. Cresskill, NJ: Hampton.
- Paletz, David L., und Karol Jakubowicz, Hg. 2003. *Business as usual: Continuity and change in central and eastern Europe media*. Cresskill, NJ: Hampton.
- Papatheodorou, Fotini, und David Machin. 2003. The umbilical cord that was never cut: The post-dictatorial intimacy between the political elite and the mass media in Greece and Spain. *European Journal of Communication* 18: 31-54.
- Paraschos, Emmanuel E. 1998. *Media law and regulation in the European Union: National, transnational and U.S. perspectives*. Ames, Iowa: Iowa State Univ. Press.
- Pennings, Paul, Hans Keman und Jan Kleinnijenhuis. 1999. *Doing research in political science: An introduction to comparative methods and statistics*. London et al.: Sage.
- Pfetsch, Barbara. Politische Kommunikationskultur – ein theoretisches Konzept zur vergleichenden Analyse politischer Kommunikationsphänomene. In *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich: Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*, hg. von Frank Esser und Barbara Pfetsch, 393-418. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Picard, Robert G., und Jeffrey H. Brody. 1997. *The newspaper publishing industry*. Boston et al.: Allyn and Bacon.
- Pilati, Antonio, Hg. 1993. *Media industry in Europe*. London, Paris, Rome: Libbey.
- Poll, Markus, und Helga Schmid. 1998. Facts and forecasts of infrastructure development. In *Media in Europe: The yearbook of the European Institute for the Media 1998*, hg. von Jo Langham-Brown, 181-218. Düsseldorf: European Institute for the Media.
- Price, Monroe E., und Beata Rozumilowicz. 2002. *Media reform: Democratizing the media, democratizing the state*. London, New York: Routledge.
- Prognos. 2003a. *Medien und Kommunikation 2007: Strategien in vernetzten Märkten. Deutschland, Österreich, Schweiz*. Basel: Prognos.
- Prognos. 2003b. *Zeitungen 2007: Wandel nutzen – Wert erhalten. Deutschland, Österreich, Schweiz*. Basel: Prognos.
- Przeworski, Adam, und Henry Teune. 1982. *The logic of comparative social inquiry*. Malabar, Florida: Krieger [Reprint].
- Repkova, Tatiana. 2001. *New times: Making a professional newspaper in an emerging democracy*. Paris: WAN.

- Richardson, Kay, und Ulrike H. Meinhof. 1999. *Worlds in common? Television discourse in a changing Europe*. London, New York: Routledge.
- Richter, Andrei G. 1998. Media regulation in selected countries of the former Soviet Union. In *Media in Europe: The yearbook of the European Institute for the Media 1998*, hg. von Jo Langham-Brown, 147-161. Düsseldorf: European Institute for the Media.
- Robertson, Roland. 1994. Globalisation or Glocalisation. *Journal of International Communication* 1.
- Rohn, Walter. 2002. *Regelung versus Nichtregelung internationaler Kommunikationsbeziehungen: Das Beispiel der UNESCO-Kommunikationspolitik*. Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Rosengren, Karl Erik. 1974. International news: Methods, data and theory. *Journal of Peace Research* 11: 145-156.
- Rosengren, Karl Erik. 1974. International news: Four types of tables. *Journal of Communication* 27: 67-75.
- Rosengren, Karl Erik. 1984. Cultural indicators for the comparative study of culture. In *Cultural indicators: An international symposium*, hg. von Gabriele Melischek, Karl Erik Rosengren and James Stappers, 11-32. Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Rosengren, Karl Erik. 1989. Cultural indicators. In *International encyclopedia of communications*, hg. von Erik Barnouw et al., Bd. 1, 433-435. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Sánchez-Taberner, Alfonso. 1993. *Media concentration in Europe: Commercial enterprise and the public interest*. Manchester: European Institute for the Media.
- Sánchez-Taberner, Alfonso, und Miguel Carvajal. 2002. *Media concentration in the European market: New trends and challenges*. Pamplona: Universidad de Navarra.
- Schmitt-Beck, Rüdiger. 2000. *Politische Kommunikation und Wählerverhalten: Ein internationaler Vergleich*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Schmitt-Beck, Rüdiger. 2003. Wirkungen politischer Kommunikation: Massenmediale und interpersonale Einflüsse auf die Wahlentscheidung. In *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich: Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*, hg. von Frank Esser und Barbara Pfetsch, 337-368. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Schorr, Angela. 2003. Communication research and media science in Europe: Research and academic training at a turning point. In *Communication research and media science in Europe: Perspectives for research and academic training in Europe's changing media reality*, hg. von Angela Schorr, William Campbell und Michael Schenk, 3-55. Berlin, New York: Mouton de Gruyter.
- Schoenbach, Klaus, und Edmund Lauf. 2002. Content or design? Factors influencing the circulation of American and German Newspapers. *Communications* 27: 1-14.
- Schoenbach, Klaus, Edmund Lauf, Jack M. McLeod und Dietram A. Scheufele. 1999. Distinction and integration: Sociodemographic determinations of newspaper reading in the USA and Germany, 1974-96. *European Journal of Communication* 14: 225-239.
- Schramm, Wilbur. 1964. *Mass media and national development: the role of information in the developing countries*. Stanford, Calif. et al.: Stanford University Press.
- Shoemaker, Pamela J., und Stephen D. Reese. 1991. *Mediating the message: Theories of influences on mass media content*. White Plains, NY: Longman.
- Siebert, Fred, Theodore Petersen und Wilbur Schramm. 1956. *Four theories of the press*. Urbana: Univ. of Illinois Press.
- Smaele, Hedwig de. 1999. The applicability of Western media models on the Russian media system. *European Journal of Communication* 14: 173-189.

- Sola Pool, Ithiel de. 1951. *Symbols of internationalism*. Stanford: Stanford University Press.
- Sola Pool, Ithiel de. 1980. The language of politics: General trends in content. In *Propaganda and communication in world history*. Bd. 3: *A pluralizing world in formation*. Honolulu: University Press of Hawaii.
- Sola Pool, Ithiel de, Harold D. Lasswell und Daniel Lerner. 1952. *The „prestige papers“: A survey of their editorials*. Stanford: Stanford University Press.
- Sola Pool, Ithiel de, Harold D. Lasswell und Daniel Lerner. 1952. *Symbols of democracy*. Stanford: Stanford University Press.
- Sparks, Colin, und John Tulloch, Hg. 2000. *Tabloid tales: Global debates over media standards*. Lanham et al.: Rowman & Littlefield.
- Splichal, Slavko. 1994. *Media beyond socialism: Theory and practice in East-Central Europe*. Boulder et al.: Westview Press.
- Srebreny-Mohammadi, Annabelle, Dwayne Winseck, Jim McKenna und Oliver Boyd-Barrett, Hg. 1997. *Media in global context: A reader*. London: Arnold.
- Stevenson, Robert L. 1994. *Global communication in the twenty-first century*. New York, London: Longman.
- Sükösd, Miklós, und Bajomi-Lázár, Hg. 2003. *Reinventing media: Media policy reform in East-Central Europe*. Budapest: Central European University Press.
- Sundin, Staffan. 2003. Trends in media ownership in the Nordic countries. In *The Nordic media market 2003: Media companies and Business activities*, hg. von Eva Harrie, 13-15. Göteborg: Nordicom.
- Thomaß, Barbara, und Michaela Tzankoff, Hg. 2001. *Medien und Transformation in Osteuropa*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Jeremy Tunstall. 2002. Trends in news media and political journalism. In *Political journalism: New challenges, new practices*, hg. von Raymond Kuhn and Erik Neveu, 227-241. London, New York: Routledge.
- Uwer, Dirk. 1998. *Medienkonzentration und Pluralismussicherung im Lichte des europäischen Menschenrechts der Pressefreiheit*. Berlin: Berlin-Verlag Spitz.
- van de Vijver, Fons, und Kwok Leung. 1997. *Methods and data analysis for cross-cultural research*. Thousand Oaks, Calif. et al.: Sage.
- Van Gompel, Roland, Hilde Van den Bulck und Daniël Biltreyst. 2002. Media Industries. In *The media book*, hg. von Chris Newbold, Oliver Boyd-Barrett and Hilde Van den Bulck, 162-211. London: Arnold.
- Venturelli, Shalini. 1998. *Liberalizing the European media: Politics, regulation, and the public sphere*. Oxford et al.: Clarendon Press.
- Vihalemm, Peeter, Hg. 2002. *Baltic media in transition*. Tartu: Tartu University Press.
- Vincent, Richard C. 1997. The New World Information and Communication Order (NWICO) in the context of the information super highway. In *Democratizing communication? Comparative perspectives on information and power*, hg. von Mashoed Bailie and Dwayne Winseck, 377-406. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Vogel, Andreas. 2001. Die tägliche Gratispresse: Ein neues Geschäftsmodell für Zeitungen in Europa. *Media Perspektiven* 2001: 576-584.
- World Association of Newspapers (WAN). 1999. *Strength in Numbers: The challenges for newspaper advertising*. Paris: WAN.

- World Association of Newspapers (WAN). 2004. *Innovations in Newspapers: World Report 2004*. Paris: WAN.
- Wang, Georgette, Anura Goonasekera und Jan Servaes, Hg. 2000. *The new communications landscape: Demystifying media globalization*. London: Routledge.
- Voltmer, Karin. 2000a. Massenmedien und demokratische Transformation in Osteuropa: Strukturen und Dynamik öffentlicher Kommunikation im Prozess des Regimewechsels. In *Zur Zukunft der Demokratie: Herausforderungen im Zeitalter der Globalisierung*, hg. von Hans-Dieter Klingemann und Friedhelm Neidhardt, 123-151. Berlin: Ed. Sigma.
- Voltmer, Karin. 2000b. *Structures of diversity of press and broadcasting systems: The institutional context of public communication in Western democracies*. Discussion Papers FS III 00-201. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB).
- Weymouth, Anthony, und Bernard Lamizet, Hg. 1996. *Markets and myths: Forces for change in the media of Western Europe*. London, New York: Longman.
- Wiio, Osmo A. 1983. The mass media role in the western world. In *Comparative mass media systems*, hg. von L. John Martin and Anju Grover Chaudhary, 85-94. New York: Longman.
- Wilke, Jürgen. 2002. Internationale Kommunikationsforschung: Entwicklungsfelder, Perspektiven. In *Die Zukunft der internationalen Kommunikationswissenschaft in Deutschland*, hg. von Kai Hafez, 13-38. Hamburg: Deutsches Übersee-Institut.
- Wirth, Werner, und Steffen Kolb. 2003. Äquivalenz als Problem: Forschungsstrategien und Designs der komparativen Kommunikationswissenschaft. In *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich: Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*, hg. von Frank Esser und Barbara Pfetsch, 104-131. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Wohlgemuth, Arno, und Kinga Hiller. 2002. *Medienrecht und Medienwirklichkeit in Polen, Ungarn und Russland mit Exkurs nach Italien*. Arbeitspapiere des Osteuropa-Instituts der Freien Universität Berlin, Arbeitsschwerpunkt Recht 15/2002. Berlin.
- Zapf, Wolfgang. 1994. *Modernisierung, Wohlfahrtsentwicklung und Transformation: Soziologische Aufsätze 1987 bis 1994*. Berlin: edition sigma, 1994.
- Ziener, Klaus. 1997. Die Rolle der Presse in der ostmitteleuropäischen Transformation. In *Vom Instrument der Partei zur „Vierten Gewalt“: Die ostmitteleuropäische Presse als zeithistorische Quelle*, hg. von Eduard Mühle 137-146. Marburg: Herder-Institut.

Comparative Approaches in Researching European Press Markets: A Literature Report (Summary)

Josef Seethaler

This article discusses the aims and methodological conditions of comparative approaches in researching European press markets. In the first part, a literature review highlights the impact of both international issues (such as deregulation and globalisation) and the process of European integration on the structural development of media systems, especially the national press markets. This review shows, that it is becoming increasingly urgent for more serious efforts to be made towards creating a uniform standard for data acquisition and towards developing common indicators for characterising European press markets.

In the second part those sources, which are used in the reviewed studies, are analysed regarding the quality of their data. Belonging to this are

1. international data collections such as World Press Trends, the UNESCO Statistical Yearbook, the Political Handbook of the World, and several commercial catalogues,
2. a number of handbooks written by experts and providing descriptions of national media systems (such as the World Press Encyclopedia, the Euromedia handbook *The Media in Europe*, and the *Internationales Handbuch Medien*).

The question to be asked is: does the data fulfil the conditions required for comparative research, particularly in regards to the valid implementation of a construct that will guarantee functional and comparable measurement in all countries.

On the one hand, the editors of nearly all handbooks avoided formulating guidelines for the acquisition of data. Moreover, as the editors of *The Media in Europe* admit, the published data is taken for the most part from secondary sources and is intended to support and illustrate the given analysis rather than to be used as primary sources in themselves for cross-national comparison. On the other hand, existing international data collections strive to minimise definition defaults, but they can fail too to guarantee the compatibility and comparability of the information conveyed by national interest groups and official bodies. A problem with national statistics lies in the fact that although the commonly named terms suggest comparability, they can be actually completely different in their definitions.

Nevertheless, reliable, up-to-date, and comparable data is needed for media and communication research and political discussion as well. This goal is pursued in the "European Press Markets" project. For the first time in European press statistics, a methodical instrument was created, which attempts to establish construct validity as the main criterion of comparative research. It widens the scope of press statistics from its narrower sense and lays down the basis for differentiated media-economic research with its three sections of newspaper products, newspaper publishing companies and newspaper supply, without disregarding the limits of feasibility.

