

Zahlen in der politischen Kommunikation: methodische Anmerkungen zu einer Inhaltsanalyse von TV-Debatten anlässlich der Nationalratswahl 2006

Perlot, Flooh

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Perlot, F. (2007). Zahlen in der politischen Kommunikation: methodische Anmerkungen zu einer Inhaltsanalyse von TV-Debatten anlässlich der Nationalratswahl 2006. *SWS-Rundschau*, 47(4), 500-505. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-165110>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Zahlen in der politischen Kommunikation Methodische Anmerkungen zu einer Inhaltsanalyse von TV-Debatten anlässlich der Nationalratswahl 2006

Flooh Perlot (Krems)

Flooh Perlot: *Zahlen in der politischen Kommunikation – methodische Anmerkungen zu einer Inhaltsanalyse von TV-Debatten anlässlich der Nationalratswahl 2006* (S. 500–505)

Im September 2006 trafen im Studio des ORF (Österreichischen Rundfunks) an zwölf Abenden die Spitzenpolitiker der bei der Nationalratswahl kandidierenden Parteien aufeinander. Die TV-Diskussionen fanden ein Millionenpublikum vor den Bildschirmen und eine ausführliche Begleitberichterstattung in anderen Massenmedien. Ein nicht unwesentlicher Bestandteil der Debatten war das Argumentieren mit Zahlen und Statistiken. Der vorliegende Beitrag fasst einige methodische Aspekte einer Untersuchung zusammen, die sich mit diesen Zahlen im Kontext politischer Kommunikation beschäftigt hat, und weist auf Probleme, offene Fragen und Anregungen für weitere vergleichbare Studien hin.

Schlagworte: Politische Kommunikation, österreichische Nationalratswahl 2006, Fernsehdebatten, Zahlen, Inhaltsanalyse

Flooh Perlot: *Numbers in Political Communication – Methodical Comments on Content Analysis of TV Debates before the Austrian Federal Election of 2006* (pp. 500–505)

In September 2006, candidates of the Austrian political parties met on twelve evenings, broadcasted by public Austrian TV, to discuss their agenda for the upcoming federal election. These discussions attracted an audience of more than a million people and were covered extensively by other mass media. Arguments based on numbers and statistics played a major role in those debates. The article summarizes some methodical aspects of an analysis focusing on numbers in the context of political communication and, in addition, refers to problems, open questions and recommendations for related studies.

Keywords: political communication, Austrian federal election 2006, TV-debates, numbers, content analysis

1. Einleitung

Zahlen scheinen in politischen Debatten (und nicht nur dort) allgegenwärtig zu sein. Sie sind auch selbst ein Thema – beispielsweise im Zusammenhang mit dem Budget, der anhand von Arbeitslosenstatistiken diskutierten Arbeits- und Wirtschaftspolitik und präsentierten Be- und Entlastungen der Bevölkerung durch steuerliche Regelungen. Die sachliche Begründung eines Arguments beziehungsweise eines Vorhabens kommt häufig nicht ohne entsprechende Illustration mit Daten in Zahlenform aus.

Ausgehend von dieser zunächst rein subjektiven Einschätzung war es Ziel einer Anfang 2007 vom Autor durchgeführten und noch unveröffentlichten Studie, die Verwendung von Zahlen in der politischen Kommunikation konkret zu untersuchen. Anlassfall war die österreichische Nationalratswahl 2006, das Untersuchungsobjekt waren die in diesem Rahmen veranstalteten Fernsehdebatten zwischen österreichischen Politikern (neben der Moderatorin diskutierten nur Männer) im Österreichischen Rundfunk (ORF) und deren Resonanz in der Berichterstattung von Printmedien. Der Erhebung lagen folgende Forschungsfragen zugrunde:

- Wie lassen sich die in den Diskussionen verwendeten Zahlen typologisieren?
- Welche Muster und Stile fallen bei ihrer Verwendung auf?
- Inwiefern sind Zahlen aus den Debatten 2006 als Stilmittel politischer Kommunikation in die Printmedien durchgedrungen?

2. Methodisches Vorgehen

Die Beschränkung auf die zwölf Fernsehdebatten im ORF lag aus Gründen ihrer Reichweite sowie der medialen und öffentlichen Aufmerksamkeit nahe (Renner 2007, 133; zu unterschiedlichen Aspekten dieser Formate siehe u. a. Dörner/Vogt 2006, Meyer/Ontrup/Schicha 2000, Riegelhofer/Posselt 1995, Holly/Kühn/Püschel 1989).

Die Diskussionen waren als Untersuchungsmaterial miteinander gut vergleichbar: Erstens fanden sie in einem zeitlich relativ begrenzten Rahmen statt (vom 5. bis 28. September 2006), zweitens war das thematische Umfeld – abgesehen von einzelnen parteispezifischen Themen – dasselbe, und drittens entsandten die teilnehmenden Parteien jedes Mal die gleichen Politiker (mit Ausnahme der ÖVP).

Um die Forschungsfragen zu beantworten, wurden sowohl Inhaltsanalysen der Fernsehsendungen als auch der Artikel durchgeführt, die jeweils am folgenden Tag in fünf österreichischen Tageszeitungen (siehe dazu weiter unten) veröffentlicht wurden. Erfasst wurden nur die Berichterstattung und keine Kommentare (grundlegend zur Methode der Inhaltsanalyse siehe etwa Atteslander 2006, Früh 2004 und Krippendorff 2004).

Da eine zentrale Forschungsfrage die Typologisierung der Zahlen betraf, lag es nahe, das dafür notwendige Kategorienschema entsprechend zu gestalten, sprich die Hauptkategorien gleichzeitig als mögliche Typen heranzuziehen. Es wurden vorab drei Überbegriffe (sowie eine Restkategorie) gebildet, die auf der zu vermutenden Stoßrichtung des jeweiligen Arguments basierten: »Bilanzzahlen«, »Vorwurfzahlen« und »Zielvor-

gaben«. Diese drei – in weiterer Folge auch auf ihre Anwendbarkeit getesteten – Kategorien definierten sich wie folgt:

1. *Bilanzzahl*: Eine Zahl, die vom Urheber als Selbstbestätigung für die geleistete Arbeit genannt wird.
Beispiele: »Wir haben 30 Prozent weniger Asylanträge«, »letztes Jahr haben wir mit einem Plus von 23 Millionen Euro geschlossen«.
2. *Vorwurfszahl*: Dabei handelt es sich um Angaben, die sich eindeutig gegen einen der politischen Mitbewerber (ob anwesend oder nicht ist dabei unerheblich) richten. Sie weisen eine negative Bedeutung auf und werden als Vorwurf für Versäumnisse, angeblich fehlerhafte Politik oder unrealistische Ziele gebraucht.
Beispiele: »Sie wollen 40.000 illegale Pfleger legalisieren«, »eine Milliarde Defizit liegt auf dem Tisch«.
3. *Zielvorgabe*: Diese Zahlen beschreiben ein Ziel, welches der Politiker sich selbst oder seiner Partei für die Zeit nach der Wahl setzt.
Beispiele: »Das Ziel sind 3 Prozent Forschungsquote«, »wir wollen 30 Prozent weniger Ausländer«.

Eine mögliche methodische Schwierigkeit wurde anfangs im Hinblick auf die potenzielle Überlappung der Begriffe vermutet: Ein Vorwurf kann sehr wohl auf einer Bilanz aufbauen, ebenso kann eine Zielvorgabe einen Vorwurf enthalten. Im Pretest und in der Erhebung selbst zeigte sich jedoch, dass das Ausmaß der unsicheren Zuordnungen sehr gering war. Die erfassten Zahlen ließen sich aufgrund des Kontexts fast durchwegs problemlos und eindeutig zuordnen.

Die konkrete Kodierung erfolgte in zwei Durchläufen durch den Autor. Zunächst wurde für jede Sendung ein grober Zeitindex erstellt, indem das Vorkommen von zu erfassenden Zahlen vermerkt wurde. In einem zweiten Durchgang wurden die zuvor identifizierten Stellen transkribiert bzw. eventuell noch nicht registrierte Zahlen ergänzt.

Zusätzlich zu den drei Hauptkategorien erfasste die Untersuchung weitere Aspekte, etwa ob Quellen für Zahlen genannt, konkrete Beispiele zur Illustration der Daten vorgebracht oder ExpertInnen zitiert wurden; eine thematische Zuordnung der Zahlen wurde ebenso vorgenommen.

Um die Frage nach der medialen Resonanz der Zahlen in den Printmedien zu beantworten, wurden im Untersuchungszeitraum vom 5. bis 28. September 2006 die Tageszeitungen »Neue Kronen Zeitung«, »Kurier«, »Kleine Zeitung«, »Der Standard« und »Die Presse« ausgewertet (als reichweitenstärkste Medien laut Media-Analyse 2006, <http://www.media-analyse.at>, 10. 9. 2007; »Der Standard« und »Die Presse« erhielten aufgrund ihrer bundesweiten Ausrichtung den Vorzug vor den eigentlich reichweitenstärkeren Medien »Oberösterreichische Nachrichten« und »Tiroler Tageszeitung«). Es wurden nur jene Artikel untersucht, die explizit eine Nachberichterstattung zu den TV-Diskussionen lieferten. Die Erhebung erfasste, welche Zahlen in den Berichten vorkamen, anschließend wurde verglichen, inwieweit sich diese mit den in den Sendungen genannten Zahlen deckten.

3. Kurzüberblick über die Ergebnisse

Knapp 950 Zahlen wurden in den Diskussionen registriert. Am häufigsten verwendete sie der damals amtierende Kanzler Wolfgang Schüssel: Er nannte trotz seines nur einmaligen Auftritts mehr Zahlen als Alfred Gusenbauer von der SPÖ oder Alexander Van der Bellen von den Grünen in all ihren Auftritten gemeinsam.

Analysiert man das Ergebnis nach qualitativen Aspekten, dann zeigt sich erwartungsgemäß, dass die Vertreter der Regierungsparteien (ÖVP und BZÖ) viel stärker mit Bilanzen argumentierten als etwa Vorwürfe transportierten. Die Vertreter der Oppositionsparteien (SPÖ, Grüne und FPÖ) waren demgegenüber mehr auf Vorwürfe bedacht und griffen ihr jeweiliges Gegenüber auf dieser Schiene stärker an. Mit Zielvorgaben waren alle Parteien eher zurückhaltend.

Die Diskutanten nannten nur sehr wenige Quellen für die verwendeten Zahlen und bezeichneten auch kaum ExpertInnen als UrheberInnen der jeweiligen Aussage (im Gegensatz zur Moderatorin der TV-Debatten, die ihre Daten fast durchwegs belegte). Das ist insofern überraschend, als sie somit auf unabhängige FürsprecherInnen für die eigene Position verzichteten. Weniger stark ausgeprägt gilt dies auch für die in den Diskussionen gebrachten Beispiele, nur selten illustrierten die Diskutanten die nackten Zahlen etwa mit »Geschichten aus dem Leben« (Renner 2007, 128): So bemühte beispielsweise Alfred Gusenbauer mehrmals das Schicksal einer Pensionistin und eines über 60-jährigen Holzarbeiters, um Probleme im Pensionsbereich deutlich zu machen.

In die printmediale Darstellung drangen die Zahlen insgesamt wenig durch. Vor allem Bilanzzahlen fanden kaum Verwendung (nur ca. drei Prozent der Zahlen aus den TV-Diskussionen kamen in den Printmedien vor), Vorwürfe und vor allem die Zielvorgaben wurden nur unwesentlich häufiger übernommen (acht bzw. zwölf Prozent).

4. Methodische Anmerkungen und Fazit

Für die Erfassung der Zahlen in den Diskussionssendungen hat sich die dreiteilige Typologisierung nach »Bilanzzahl«, »Vorwurfszahl« und »Zielvorgabe« als funktional erwiesen. Allerdings müssen im Hinblick auf eine künftige Wiederholung vergleichbarer Analysen einige (selbst-)kritische Anmerkungen gemacht werden.

Obwohl die genannte Unterscheidung in Bilanzzahlen und Vorwurfszahlen für die bloße Erfassung sinnvoll war, ist der inhaltliche Aussagewert aufgrund der Regierungs- und Oppositionslogik zu hinterfragen. Naturgemäß übt sich eine Regierung vermutlich immer eher im positiven Bilanzieren, während es geradezu den demokratischen Spielregeln entspricht, dass oppositionelle Parteien die Regierungsbilanzen kritisieren. Die entsprechenden Resultate waren daher wenig überraschend. Eine andere bzw. erweiterte Typologisierung wäre wohl notwendig, um zu tieferen Erkenntnissen zu gelangen (denkbar wäre beispielsweise eine thematische Kategorisierung der genannten Zahlen).

Weiter stellt sich die Frage, inwiefern die weitgehend isolierte Auswertung eines Diskussionselements sinnvoll und zulässig ist, um darauf aufbauend Schlussfolgerungen zu ziehen. Im Zusammenhang damit ist zu vermuten, dass die individuelle Verwendung von Zahlen auch stark vom Charakter der jeweiligen Person abhängt. Da es bei den TV-Duellen um live ausgestrahlte Konfrontationen geht, spielt der persönliche Diskussionsstil eine nicht zu unterschätzende Rolle. Diese Variable beeinträchtigt in weiterer Folge den Versuch, aufgrund der gewonnenen Daten verallgemeinernde Aussagen zu treffen. Die Ausdehnung einer entsprechenden Erhebung beispielsweise auf das Wahlkampfmaterial der jeweiligen Partei erscheint hier sinnvoll.

Als inhaltlich-technisch schwierig erwies sich zudem die klare Differenzierung der kommunizierten Zahlen: Besonders in alltagssprachlichen Wendungen kamen in den Diskussionen viele Zahlenbegriffe vor, die im weiteren Sinn auch für die Auswertung berücksichtigt hätten werden können, sich gleichzeitig aber kontextuell von den hier präsentierten Typen von Daten unterschieden (z. B.: »Da müssen Menschen oft zwei oder drei Jobs annehmen ...«, »wenn Sie in Wien fünf Monate in den Kindergarten gehen ...«). Wo man hier die Grenze zieht, hängt von der Fragestellung ab – es bedarf jedenfalls einer sehr exakten und strikt einzuhaltenden Definition, um Schwierigkeiten bei der Kodierung zu vermeiden.

Für künftige Erhebungen bietet sich vor allem ein disziplinenübergreifender Ausbau des Forschungsdesigns an. Besonders weil Zahlen omnipräsent sind, soll und muss man sich dem Thema vermutlich von unterschiedlicher Seite nähern. Vor allem die Frage nach der Wirkungsweise der Zahlen und nach ihrem Verständnis beim Publikum ist speziell im Zusammenhang mit Fernsehsendungen wesentlich (für Beispiele aus dem psychologisch-medizinischen Bereich siehe Gigerenzer 2004).

Eine entsprechende Analyse dürfte allerdings mit erheblichem Aufwand verbunden und möglicherweise nur begrenzt zielführend sein – vor allem da wahrscheinlich ist, dass vorgefasste Meinungen und Einstellungen gegenüber dem jeweiligen Politiker/ der jeweiligen Politikerin maßgeblich die Wahrnehmung seiner/ ihrer Argumente beeinflussen. Jedoch kann erst eine solche Untersuchung grundlegend klären, ob ein größerer oder geringerer Einsatz von Zahlen in der politischen Kommunikation eine Rolle spielt, oder ob entsprechende Daten bloß ein unerhebliches Stilmittel zur weiteren Untermauerung von Botschaften und Images sind.

Literatur

- Atteslander, Peter (2006) *Methoden der empirischen Sozialforschung*. Berlin (11. neu bearbeitete und erweiterte Auflage).
- Dörner, Andreas/ Vogt, Ludgera (2006) *Das TV-Duell als Ritual der Demokratie. Zum formalisierten Zweikampf als neues Moment der deutschen Wahlkampfkultur*. In: Balzer, Axel/ Geilich, Marvin/ Rafat, Shamim (Hg.) *Politik als Marke: Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung*. Berlin, 238–246.
- Früh, Werner (2004) *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. Konstanz (5. Auflage).
- Gigerenzer, Gerd (2004) *Das Einmaleins der Skepsis*. Berlin.
- Holly, Werner/ Kühn, Peter/ Püschel, Ulrich (Hg.) (1989) *Redeshows. Fernsehdiskussionen in der Diskussion*. Tübingen.
- Krippendorff, Klaus (2004) *Content Analysis. An Introduction to its Methodology*. Thousand Oaks (2nd edition).
- Meyer, Thomas/ Ontrup, Rüdiger/ Schicha, Christian (2000) *Die Inszenierung des Politischen. Zur Theatralität von Medien-diskursen*. Wiesbaden.
- Renner, Franz (2007) *Die Qual der Fernsehwahl*. In: Hofer, Thomas/ Tóth, Barbara (HgInnen) *Wahl 2006. Kanzler, Kampagnen, Kapriolen. Analysen zur Nationalratswahl*. Wien, 119–134.
- Riegelhofer, Manfred/ Posselt, Michael (1995) *Spitzenpolitiker im Fernsehen. Die TV-Auftritte der Spitzenkandidaten im Wahlkampf 1994*. Dissertation an der Universität Innsbruck.

Internet-Adressen

Media-Analyse (2006), verfügbar unter:
<http://www.media-analyse.at>, 10. 9. 2007.

Kontakt:
flooh.perlot@donau-uni.ac.at