

Andreas Hepp · Michael Brüggemann
Katharina Kleinen-von Königslöw
Swantje Lingenberg · Johanna Möller

Politische Diskurskulturen in Europa

Die Mehrfachsegmentierung
europäischer Öffentlichkeit

ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION MEDIENRECHT JOURNALISMUS VERBUND MEDIENRECHT VERBUND MEDIENRECHT
SYSTEM JOURNALISMUS VERBUND MEDIENRECHT VERBUND MEDIENRECHT VERBUND MEDIENRECHT
TIGH MEDIENRECHT PUBLIC RELATION VERBUND MEDIENRECHT VERBUND MEDIENRECHT
KOMMUNIKATION PRINTMEDIEN HÖRFUNK FERNSEHEN MEDIENRECHT
MEDIENINHALTE LOCALE KOMMUNIKATION VERBUND MEDIENRECHT



MEDIEN – KULTUR – KOMMUNIKATION



Springer VS

Medien – Kultur – Kommunikation

Herausgegeben von

A. Hepp, Bremen

F. Krotz, Bremen

W. Vogelgesang, Trier

Kulturen sind heute nicht mehr jenseits von Medien vorstellbar: Ob wir an unsere eigene Kultur oder ‚fremde‘ Kulturen denken, diese sind umfassend mit Prozessen der Medienkommunikation verschränkt. Doch welchem Wandel sind Kulturen damit ausgesetzt? In welcher Beziehung stehen verschiedene Medien wie Film, Fernsehen, das Internet oder die Mobilkommunikation zu unterschiedlichen kulturellen Formen? Wie verändert sich Alltag unter dem Einfluss einer zunehmend globalisierten Medienkommunikation? Welche Medienkompetenzen sind notwendig, um sich in Gesellschaften zurecht zu finden, die von Medien durchdrungen sind? Es sind solche auf medialen und kulturellen Wandel und damit verbundene Herausforderungen und Konflikte bezogene Fragen, mit denen sich die Bände der Reihe „Medien – Kultur – Kommunikation“ auseinandersetzen. Dieses Themenfeld überschreitet dabei die Grenzen verschiedener sozial- und kulturwissenschaftlicher Disziplinen wie der Kommunikations- und Medienwissenschaft, der Soziologie, der Politikwissenschaft, der Anthropologie und der Sprach- und Literaturwissenschaften. Die verschiedenen Bände der Reihe zielen darauf, ausgehend von unterschiedlichen theoretischen und empirischen Zugängen, das komplexe Interdependenzverhältnis von Medien, Kultur und Kommunikation in einer breiten sozialwissenschaftlichen Perspektive zu fassen. Dabei soll die Reihe sowohl aktuelle Forschungen als auch Überblicksdarstellungen in diesem Bereich zugänglich machen.

Herausgegeben von

Prof. Dr. Andreas Hepp
Universität Bremen

Prof. Dr. Waldemar Vogelgesang
Universität Trier

Prof. Dr. Friedrich Krotz
Universität Bremen

Andreas Hepp • Michael Brüggemann
Katharina Kleinen-von KönigsLöw
Swantje Lingenberg • Johanna Möller

Politische Diskurskulturen in Europa

Die Mehrfachsegmentierung
europäischer Öffentlichkeit



Springer VS

Andreas Hepp,
Swantje Lingenberg,
Johanna Möller,
Universität Bremen,
Deutschland

Michael Brüggemann
Universität Zürich, Schweiz

Katharina Kleinen-von KönigsLöw
Universität Wien, Österreich

ISBN 978-3-531-17863-9
DOI 10.1007/978-3-531-94324-4

ISBN 978-3-531-94324-4 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden 2012

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Einbandentwurf: KünkellOpka GmbH, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.springer-vs.de

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	7
Tabellenverzeichnis	8
1 Einleitung	9
1.1 Kommunikations- und medienwissenschaftliche Europaforschung	12
1.2 Über dieses Buch	14
2 Ein Beschreibungs- und Erklärungsansatz: Transnationale Öffentlichkeit und politische Diskurskulturen in Europa	21
2.1 Kulturelle Implikationen der Transnationalisierung von Öffentlichkeit	22
2.1.1 Öffentlichkeit und deren Transnationalisierung	22
2.1.2 Kulturelle Momente (trans-)nationaler Öffentlichkeiten	27
2.2 Politische Diskurskulturen als Konzept	32
2.2.1 Regulation	37
2.2.2 Produktion	38
2.2.3 Repräsentation	39
2.2.4 Aneignung	40
2.2.5 Identifikation	41
2.3 Mehrfachsegmentierung erklären	42
3 Methodisches Vorgehen: Ein transkulturelles Mehrebenenendesign	49
3.1 Inhaltsanalysen	53
3.2 Redaktionsstudien	56
3.3 Trigger-Studien	59
4 Zeitungsinhalte: Die Mehrfachsegmentierung europäischer Öffentlichkeit von 1982 bis 2008	63
4.1 Erste Dimension: Abflachende vertikale Europäisierung	64
4.2 Zweite Dimension: Gleichbleibendes Interesse an den europäischen Nachbarn	70
4.3 Dritte Dimension: Minimale Anzeichen einer europäischen Identifikation	74
4.4 Die fragile Stabilität der Mehrfachsegmentierung	79

5	Doing Nation: Die journalistischen Praktiken der Nationalisierung Europas	85
5.1	Nationale Rückbezüge	89
5.2	Transnationale Kontextbezüge	98
5.3	Hierarchisierung	105
5.4	Nationale Veralltäglicung	112
5.5	Horizonte der Informationssuche	118
5.5.1	Rechercheblicke	118
5.5.2	Recherchenetzwerke	124
5.6	Das Doing Nation in der Praxis des Europajournalismus	138
6	Publikumsbilder: Transnationale Typen der Adressierung	145
6.1	Der Analytiker	151
6.2	Der Aufbereiter	156
6.3	Der Bediener	163
6.4	Der Berichterstatter	168
6.5	Transnationale Adressierungstypen in der Praxis des Europajournalismus	172
7	Trigger-Konstellationen: Artikelbiografien im journalistischen Produktionsprozess	179
7.1	Die Trigger-Konstellationen	182
7.2	Typische Ausprägungen der Trigger-Konstellation	187
7.2.1	Anlässe der Berichterstattung: Die Dominanz der institutionalisierten Politik	190
7.2.2	Vermittlungswege: Medien als Informationsquelle	192
7.2.3	Deutungsmuster: Journalistische Chiffren statt Nachrichtenwertlisten	195
7.2.4	Redaktionskontexte: Publikationsplatz als entscheidende Ressource	198
7.3	Transnationale Momente und nationale Spezifika von Trigger-Konstellationen	201
8	Europäische Öffentlichkeit und politische Diskurskulturen	205
8.1	Die Stabilität nationaler politischer Diskurskulturen	207
8.2	Die Dynamik transnationaler politischer Diskurskulturen	209
8.3	Ansätze einer europäischen politischen Diskurskultur	211
	Anmerkungen	215
	Literatur	219
	Index	237

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Artikulationsebenen politischer Diskurskulturen	36
Abb. 2	Die Erklärung einer mehrfachsegmentierten europäischen Öffentlichkeit	45
Abb. 3	Anteil der Artikel mit Bezug auf unterschiedliche politische Institutionen	65
Abb. 4	Anteil der Artikel mit Bezug auf EU-Institutionen	66
Abb. 5	Anteil der Artikel mit einem bestimmten Politikbereich als Hauptthema	67
Abb. 6	Anteil der Artikel mit EU-Politik als Hauptthema	68
Abb. 7	Anteil der Artikel mit unterschiedlichem geografischen Fokus	70
Abb. 8	Anteil der Artikel zum (west-)europäischen Ausland	71
Abb. 9	Anteil der Sprecher unterschiedlicher Herkunft	72
Abb. 10	Anteil der (west-)europäischen Sprecher	73
Abb. 11	Anteil der Verweise auf verschiedene Kollektive	75
Abb. 12	Anteil des Kollektivs „Die Europäer“ an allen Kollektiven	74
Abb. 13	Anteil der Wir-Bezüge unterschiedlicher Ausdehnung	76
Abb. 14	Anteil der europäischen Wir-Bezüge	78
Abb. 15	Niveau der vertikalen und horizontalen Europäisierung in Qualitäts- und Boulevardzeitungen	80
Abb. 16	Netzwerkkarte eines EU-Redakteurs der <i>Presse</i> (A)	128
Abb. 17	Netzwerkkarte eines Politikredakteurs der <i>Bild</i> (D)	130
Abb. 18	Netzwerkkarte einer Politikredakteurin des <i>Ekstra Bladet</i> (DK)	132
Abb. 19	Netzwerkkarte eines EU-Redakteurs der <i>Le Monde</i> (F)	134
Abb. 20	Netzwerkkarte eines Auslandsredakteurs der <i>Times</i> (GB)	135
Abb. 21	Netzwerkkarte eines EU-Redakteurs der <i>Gazeta Wyborcza</i> (PL)	137
Abb. 22	EU-Berichterstattung des <i>Ekstra Bladet</i> (DK)	183

Tabellenverzeichnis

Tab. 1	Zeitungssample Redaktionsstudien	57
Tab. 2	Das Sample: Untersuchungsländer, Zeitungen, Anzahl der Interviews	61
Tab. 3	Länderspezifika der Nationalisierungspraktiken	140
Tab. 4	Charakteristika der Adressierungstypen	173
Tab. 5	Tendenzzuordnung des Zeitungssamples zu Adressierungstypen	176
Tab. 6	Die Komponenten der Trigger-Konstellation	188
Tab. 7	Anlässe der Berichterstattung nach Ländern	190
Tab. 8	Anlässe der Berichterstattung nach Adressierungstypen	191
Tab. 9	Vermittlungswege nach Ländern	193
Tab. 10	Vermittlungswege nach Adressierungstypen	194
Tab. 11	Rangfolge der Deutungsmuster	196
Tab. 12	Deutungsmuster nach Ländern	197
Tab. 13	Deutungsmuster nach Adressierungstypen	198
Tab. 14	Redaktionskontexte nach Ländern	199
Tab. 15	Redaktionskontexte nach Adressierungstypen	200

Ist in der letzten Zeit in den Medien von Europa bzw. der EU die Rede, so fallen häufig Worte wie „Finanzkrise“ oder „Schuldenkrise“. Diskutiert wird die Frage, ob angesichts der finanziellen Situation in Staaten wie Griechenland, Portugal oder Spanien der Euro „gerettet“ werden kann, welche „Zukunft“ der Währung bevorsteht, vor allem aber, wie die verschiedenen nationalen Interessen der unterschiedlichen Länder der Eurozone hierbei zusammenkommen und was dies für die EU bedeutet. Ist die EU also nichts mehr als der Interessenverband verschiedener Nationalstaaten? Geht es selbst bei der Auseinandersetzung um den Euro, sobald sich die Entscheidungssituation zuspitzt, in den Medien nur noch um nationale Politik? Anders gesagt: Lässt sich überhaupt so etwas wie eine europäische Öffentlichkeit ausmachen? Und falls ja, wie ist diese im nationalen politischen Diskurs der einzelnen EU-Staaten verankert?

Wirft man solche Fragen auf, mag eine erste – wie wir sagen würden: vor-schnelle – Antwort die der Re-Nationalisierung sein: Sowohl in der Politik Europas als auch in der Medienöffentlichkeit der verschiedenen europäischen Länder zeichnet sich in der aktuellen Situation ein (Wieder-)Erstarken des Nationalen ab. Falls es jemals so etwas wie einen gemeinsamen politischen europäischen Diskurs und eine gemeinsame politische Öffentlichkeit gegeben hat, sind diese auf dem Rückzug. Europa wird in den Medien vor allem als ein „nationales Problem“ thematisiert.

Demgegenüber gibt es allerdings viele Argumente, dass man es sich mit einer solchen Gegenüberstellung von hier Europa und dort das Nationale zu leicht macht. So haben Ulrich Beck und Edgar Grande bereits vor einigen Jahren darauf hingewiesen, dass es „in einem national fixierten Blick [...] Europa gar nicht gibt, gar nicht geben kann“ (Beck/Grande 2004: 23), da es etwas anderes ist als eine ‚große‘ Nation. Es greift demnach zu kurz, Europa in den Begrifflichkeiten des Nationalen zu beschreiben. Man ist mit einem Prozess der Europäisierung von Nationalstaaten in Europa konfrontiert, in dem sich diese selbst wandeln und eine europäische Integration als ergebnisoffener Prozess besteht. Aktueller Fluchtpunkt dieses Prozesses sei aber nicht das Entstehen der „Vereinigten Staaten von

Europa“ (Beck 2011: 15) nach dem Modell der USA. Vielmehr entwickle sich etwas Neues, das Beck und Grande als „kosmopolitisches Europa“ bezeichnet haben: Mit dem Ziel eines besseren gemeinsamen Zusammenlebens verschiedener Nationen werden in Europa Kompetenzen auf supranationale Ebenen verlagert und gemeinsame Handlungsräume und damit auch Kommunikationsräume geschaffen, deren institutioneller Bezugspunkt die EU ist.

Aus einem solchen Blickwinkel sind Nationen und Nationalstaaten handelnde Akteure in Europa und nicht dessen Getriebene. Europäisierung ist somit auch ein Akt der Selbsttransformation von Nationen und Nationalstaaten (Hurrelmann et al. 2008). In einem solchen „doing Europe“ (Beck/Grande 2004: 209) ist paradoxerweise sogar Re-Nationalisierung Teil der Europäisierung: Heutige Tendenzen der Re-Nationalisierung ergeben sich weniger als Phänomen der Abgrenzung und Rivalität zwischen Nationalstaaten, sondern als Reaktion auf und Nebenwirkung von Europäisierungsprozessen. Entsprechend müssen auch „Re-Nationalisierungsstrategien [...] im europäischen Kontext als Teil des europäischen Meta-Machtspiels gespielt und begriffen werden, sie sind eine Reaktion auf die bereits erfolgte und – im Sinne ‚revolutionärer Transformation‘ – erfolgreiche Europäisierung“ (Beck/Grande 2004: 209).

Wir haben es folglich bei der Europäisierung mit einem Transformationsprozess zu tun, der Strukturähnlichkeiten mit dem von Saskia Sassen beschriebenen Transformationsmuster der Globalisierung hat. Sie spricht bezogen auf die Globalisierung von dem „Paradox des Nationalen“ (Sassen 2008) und meint damit, dass die Globalisierung nicht einfach als Gegensatz oder Gegenteil von Nationalisierung begriffen werden kann: Globalisierung entstand insbesondere durch nationalstaatliche Politiken der sogenannten Deregulierung und damit einhergehend der zunehmenden Umgestaltung der „Exekutive[n] [...] zur Privatmacht“ (Sassen 2008: 312). Am Ende dieses Prozesses steht die Entnationalisierung staatlicher Agenden: Indem sich Staaten zunehmend nicht mehr als Garanten der nationalen Wohlfahrt verstehen, sondern als Instanzen der Sicherung eines globalisierten Wirtschaftens, nimmt auch die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit diesem ab. Das Paradox des Nationalen ist also, dass sich Globalisierung in der (Selbst-)Transformation von Nationalstaaten konkretisiert.

Vor einem solchen Hintergrund ist auch die Transnationalisierung von Öffentlichkeit in Europa zu sehen. Leitend für unsere Forschung sind zwei Fragen: Wie genau konkretisiert sich das, was man als „europäische Öffentlichkeit“ bezeichnen kann? Und wie ist deren Spezifik im Hinblick auf die verschiedenen politischen Diskurskulturen in Europa zu erklären?

Die empirische Untersuchung zielt zum einen auf die *Beschreibung europäischer Öffentlichkeit* mittels einer Inhaltsanalyse der Europaberichterstattung von

Qualitäts- und Boulevardzeitungen im Zeitraum von 1982 bis 2008 in den sechs europäischen Ländern Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Österreich und Polen ab. Europäische Öffentlichkeit wird dabei als ein Prozess der Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten greifbar – ein Prozess, so unsere Argumentation, in dem sich nationale Öffentlichkeiten selbst wandeln. Charakterisieren lässt sich die europäische Öffentlichkeit auf Basis unserer Analysen als eine *mehrfach segmentierte Öffentlichkeit*. Gemeint ist damit, dass sie nicht nur nach Nationen bzw. Nationalstaaten segmentiert ist. Das erscheint nicht weiter verwunderlich, wenn man davon ausgeht, dass sich die europäische Öffentlichkeit im Prozess einer Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten artikuliert. Es lassen sich darüber hinaus Segmentierungen zeigen, die transnational bestehen und sich auf bestimmte Typen von Medien und die Art und Weise beziehen, wie sie ihre Publika adressieren. In der Folge hat die europäische Öffentlichkeit für verschiedene Publika unterschiedliche „Gesichter“, je nachdem, welche Art von Medien sie nutzen.

Aus unserer Sicht erklärt sich diese mehrfach segmentierte europäische Öffentlichkeit über unterschiedliche *politische Diskurskulturen in Europa*. Indem demokratische Öffentlichkeiten historisch mit der Etablierung von Nationalstaaten im 19. und vor allem 20. Jahrhundert als nationale Öffentlichkeiten entstanden, sind die ihnen zugrunde liegenden politischen Diskurskulturen national geprägt – und dabei auch eng verbunden mit dem nationalen Mediensystem. Daneben sind wir aktuell mit dem Prozess der Etablierung von Momenten politischer Diskurskulturen konfrontiert, die von der Art des Medienorgans und seinem Publikumsbild abhängen – und dies länderübergreifend. Wir haben es in der Folge gegenwärtig mit vielschichtigen, sich überlagernden Momenten unterschiedlicher Verdichtungen von politischen Diskurskulturen in Europa zu tun. Diese erklären die *Mehrfachsegmentierung* von europäischer Öffentlichkeit.

Dabei sind politische Diskurskulturen komplexe Phänomene, die sich auf sehr unterschiedlichen Ebenen konkretisieren: Neben den Medienprodukten und der Regulation des politischen Mediensystems werden politische Diskurskulturen in der Aneignung von Medienprodukten durch die Menschen ebenso greifbar wie in bestimmten Momenten ihrer politischen Identifikation. Schließlich manifestieren sich politische Diskurskulturen im Handeln der Medienschaffenden selbst; im Fall der europäischen Öffentlichkeit in der Praxis der Journalistinnen und Journalisten, die über Europa und die EU berichten. Das ist die Ebene, auf der wir politische Diskurskulturen empirisch untersucht haben. Dies geschah einerseits durch Redaktionsstudien, in denen wir europaweit mit den Journalistinnen und Journalisten über ihre Arbeit gesprochen und sie dabei beobachtet haben. Andererseits führten wir *Trigger-Studien* durch, bei denen wir die Biografien von Artikeln im

journalistischen Arbeitsprozess verfolgt haben. Die Überlegung, die dahintersteht, ist, dass wir Momente des Wandels von politischer Diskurskultur zuerst einmal im Handeln der Journalistinnen und Journalisten ausmachen können, da sie es ja sind, die die Berichterstattung über Europa und die EU hervorbringen.

Mit einem solchen Fokus auf politische Diskurskulturen und die Mehrfachsegmentierung europäischer Öffentlichkeit verstehen wir das vorliegende Buch als einen Beitrag zu einer kommunikations- und medienwissenschaftlichen Europaforschung. Was wir damit meinen, wollen wir zunächst einmal erklären, bevor wir einen Überblick über unsere einzelnen Argumentationsschritte geben.

1.1 Kommunikations- und medienwissenschaftliche Europaforschung

Mit der sogenannten „Intensivierung der europäischen Integration“ hat sich in den letzten drei Jahrzehnten im deutschsprachigen Raum – aber auch in Europa insgesamt – eine sozial- und kulturwissenschaftliche Europaforschung etabliert (siehe überblickend beispielsweise Eig Müller/Mau 2010; Haller 2009; Keutel 2011; Münch 2008; Schubert et al. 2009). Neben der Politikwissenschaft, die sich u. a. für den Wandel von politischen Institutionen und von Wohlfahrt im Prozess der Europäisierung interessiert, ist in diesem Feld die Soziologie prominent, die in den letzten Jahren die eigenständige „Bindestrich-Soziologie“ der Europasozio logie entwickelt hat und die aus unserer Sicht einen wichtigen Bezugspunkt für eine kommunikations- und medienwissenschaftliche Europaforschung darstellt.

Unter den verschiedenen Positionen dazu, was eine Europasozio logie als solche auszeichnet, sind im Zusammenhang unserer Studie vor allem die Überlegungen von Georg Vobruba (2008; 2010) interessant. In Reflexion der Potenziale einer Europasozio logie diskutiert Vobruba ihr Spannungsverhältnis zur allgemeinen Gesellschaftstheorie. Die Europasozio logie ist dabei für ihn durch ihr empirisches Feld definiert: Europa und dessen Entwicklung. Entsprechend geht es in der Europasozio logie zuerst einmal um die Beobachtung von Gesellschaft auf einer ersten Beobachtungsebene, nämlich der der beteiligten Akteure. Im Fokus steht, empirisch zu rekonstruieren, was ‚Gesellschaft‘ aus Sicht der jeweiligen Akteure in Bezug auf Europa heißt und welche neuen Vorstellungen von Gesellschaft diesbezüglich entstehen. Genau aus diesem Grund ist die Europasozio logie für die Gesellschaftstheorie höchst relevant, denn der „bisherige Verlauf der institutionellen Integration der Europäischen Union bietet Anhaltspunkte für die heuristische Vermutung, dass sich an ihr ein historischer Konstitutionsprozess von ‚Gesellschaft‘ soziologisch beobachten lässt“ (Vobruba 2010: 437).

Die Europasozio­logie hat folglich außerdem ein besonderes Potenzial für die Beschäftigung mit Gesellschaft auf einer zweiten Beobachtungsebene, nämlich der des soziologischen Gesellschaftsbegriffs. Forschung im Rahmen von Euro­pasozio­logie problematisiert zwangsläufig die implizite Gleichsetzung von Gesellschaft mit Nationalstaat, die in anderen Feldern soziologischer Forschung immer wieder zu finden ist:

„Gesellschaft‘ als ontologische Vorgabe und ihre nationalstaatliche Formatierung waren für die Soziologie so selbstverständlich, dass die Frage nach ihrem epistemischen Status und ihrem Zuschnitt kaum gestellt wurde. Ein zentrales Anregungspotenzial der Europäischen Integration für die soziologische Gesellschaftstheorie besteht darin, dass diese beiden Selbstverständlichkeiten aufgebrochen werden.“ (Vobruba 2010: 442)

Solche Überlegungen erscheinen uns als ein wichtiger Bezugspunkt, um unser Verständnis einer *kommunikations- und medienwissenschaftlichen Europaforschung* zu verdeutlichen. Diese befindet sich in einem ähnlichen Etablierungsprozess wie aktuell die Europasozio­logie. Sie unterscheiden sich aber dadurch, dass innerhalb der Kommunikations- und Medienwissenschaft kein weitergehender Reflexionsdiskurs über das Potenzial der Europaforschung für die Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medientheorie zu finden ist. Genau darin sehen wir aber eine große Notwendigkeit. In der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Europaforschung soll es aus unserer Sicht nicht einfach nur darum gehen, bestimmte Phänomene transnationaler und transkultureller Kommunikation in Europa zu beschreiben. Eine weitergehende Relevanz entfalten solche empirischen Forschungen erst als Grundlage von Theorieentwicklung.

Aber worin besteht nun wiederum der Beitrag der Kommunikations- und Medienwissenschaft zum Gesamtdiskurs der Europaforschung? Es erscheint wenig sinnvoll, diesen darin zu sehen, sich ausschließlich damit zu befassen, wie europäische Öffentlichkeit als politische Gemeinschaft entsteht (oder auch nicht) und damit Daten zu liefern, wie beispielsweise für politikwissenschaftliche Fragestellungen nach der demokratischen Legitimation der EU oder soziologische Fragestellungen nach der Konstitution einer europäischen Gesellschaft. Unser Argument ist nicht, dass eine kommunikations- und medienwissenschaftliche Europaforschung solche Daten nicht liefern könnte und damit nicht auch anderen Disziplinen bei der Bearbeitung ihrer originären Europafragestellungen hilft. Unser Argument ist vielmehr, dass das Potenzial einer kommunikations- und medienwissenschaftlichen Europaforschung wesentlich weiter reicht. Die Kommunikations- und Medienwissenschaft behandelt viel grundsätzlicher die Frage der

kommunikativen Artikulation von dem, was wir Europa nennen. Im Kern befasst sie sich also mit den Prozessen der kommunikativen Konstitution von Europa und dem Stellenwert unterschiedlicher Medien dabei. Ein auf die kommunikative Legitimation der politischen Institutionen der EU reduziertes Verständnis europäischer Öffentlichkeit ist in diesem Zusammenhang ein wichtiger Teilaspekt, jedoch nicht deckungsgleich mit dem Forschungsfeld.

Hat man dies im Blick, gilt für eine kommunikations- und medienwissenschaftliche Europaforschung Ähnliches, wie Georg Vobruba es für die Europasozio-
logie thematisiert: Die Beschäftigung mit europäischer Öffentlichkeit ist deshalb für die Kommunikations- und Medientheorie von grundlegendem Interesse, weil viele ihrer Konzepte ebenfalls ursprünglich in Bezug auf Nationalstaaten und deren Massenmedien entwickelt wurden. Begriffe wie die der Medienöffentlichkeit, des Mediensystems oder der Medienkultur können hier exemplarisch genannt werden. In ähnlicher Weise haben auch Michael Latzer und Florian Saurwein darauf hingewiesen, dass jeder Versuch einer Konzeptionalisierung europäischer Öffentlichkeit mit einer Reflexion gängiger Öffentlichkeitsvorstellungen im Hinblick auf ihre Brauchbarkeit für den transnationalen Raum (vgl. Latzer/Saurwein 2006: 37). Eine kommunikations- und medienwissenschaftliche Europaforschung bietet demnach die Möglichkeit, die Kommunikations- und Medientheorie weiterzuentwickeln, indem sie an einem herausgehobenen Beispiel die gegenwärtige Genese eines transnationalen und transkulturellen Kommunikationsraums untersucht und so hilft, bestehende Konzeptionalisierungen empirisch zu hinterfragen und weiterzuentwickeln.

Wir verfolgen also in diesem Sinne mit unserer Studie und ihren verschiedenen empirischen Einzelbeschreibungen von politischen Diskurskulturen und Mehrfachsegmentierungen der europäischen Öffentlichkeit *auch* das Ziel, einen Beitrag für eine Weiterentwicklung einer Kommunikations- und Medientheorie zu leisten, die die unhinterfragte Selbstverständlichkeit von Nation und Nationalstaat problematisiert, ohne deren empirische Relevanz für gegenwärtige transkulturelle Kommunikationsräume aus dem Blick zu verlieren.

1.2 Über dieses Buch

Insgesamt gliedert sich die vorliegende Studie inklusive der Einleitung in acht Kapitel. Der Bogen, der die verschiedenen Kapitel verbindet, ist unsere doppelte Fragestellung, wie die Mehrfachsegmentierung der europäischen Öffentlichkeit zu beschreiben und über die Vielfalt verschiedener politischer Diskurskulturen zu erklären ist.