

Dimensionen und Strategien öffentlicher Diskurse

Jürgen Gerhards (Berlin)

Es gibt unterschiedliche Wege der Beeinflussung politischer Entscheidungsprozesse. Die Mobilisierung von öffentlicher Meinung ist eine der Möglichkeiten, die Bürger und kollektive Akteure nutzen können, ihre Anliegen und Interessen zu artikulieren und das politische System unter Druck zu setzen. Gesellschaftliche Akteure wissen um diese Chance und haben entsprechende Experten und Abteilungen ausgebildet, die mit der Öffentlichkeit arbeiten, Themen lancieren, Probleme definieren und öffentliche Meinung zu beeinflussen versuchen. Man kann davon ausgehen, daß die Bedeutung der Beeinflussung öffentlicher Meinung als Weg der Politikbeeinflussung in den westlichen Industriegesellschaften sogar zugenommen hat. Auf der einen Seite hat sich mit wachsender Staatstätigkeit und gleichzeitig wachsenden Transparenzansprüchen der Bürger der Legitimationsbedarf für politisches Handeln und politische Akteure erhöht (Sarcinelli, 1987: 27); auf der anderen Seite hat sich mit der Aufweichung traditioneller sozialer Milieus und dem Nachlassen von Parteibindungen zugleich die Notwendigkeit der Erzeugung von Zustimmung erhöht (Klingemann und Wattenberg, 1990). Öffentlichkeit und die Generierung öffentlicher Meinung werden damit zunehmend bedeutsam.

Will man öffentliche Meinung erzeugen, muß man die Aufmerksamkeit eines allgemeinen Publikums für seine Belange gewinnen und dann andere von seinen Informationen und Meinungen überzeugen. Wenn möglichst viele andere den eigenen Deutungen zustimmen, die eigene Überzeugung teilen und dann selbst öffentlich vertreten, entsteht öffentliche Meinung.¹

Der Erfolg kollektiver Akteure in der Mobilisierung öffentlicher Meinung hängt zum einen von strukturellen Faktoren ab – Budget, Personal und technische Ausstattung eines Akteurs, Professionalität seiner Mitarbeiter –, zum anderen von der Überzeugungskraft der Themen, Meinungen und Argumente zur Begründung eigener Positionen. Wollen Akteure andere von der Dringlichkeit eines Problems, von der eigenen Position zu diesem Problem und möglichen Losungen überzeugen, dann brauchen sie gute "Argumente" und Interpretationen des Gegenstandes, über den sie reden. Zu einer Mobilisierung von öffentlicher Meinung bedarf es spezifischer Deutungs- und Interpretationsmuster, die einem Laienpublikum plausibel machen, warum man meint, das thematisierte Problem sei ein Problem und wie man es lösen kann. Die "Güte" der Argumente entscheidet mit über den Erfolg der Mobilisierung öffentlicher Meinung.

Die folgenden Ausführungen lassen die strukturellen Bedingungen von Akteuren zur Mobilisierung öffentlicher Meinung – gleichsam die *hardware* von Akteuren – außer acht und konzentrieren sich auf die *software*, auf die Deutungsprozesse von Themen im Prozeß öffentlicher Meinungsbildung. Der These der Bedeutung von Deutungsprozessen ist im Bereich der Sozialwissenschaften vor allem von Autoren wie Edelman (zuletzt 1988 in

dieser Zeitschrift) unter dem Stichwort "symbolische Politik" betont und ausgearbeitet worden; in jüngster Zeit ist der Frage von Deutungsprozessen vor allem im Kontext der Analyse sozialer Bewegungen eine besondere Aufmerksamkeit gewidmet worden, und dies hat seinen besonderen Grund. Die Durchsetzung öffentlicher Definitionen von Problemen und Problemlösungen ist nicht irgendein Bestandteil von Protestbewegungen, den es in einer Analyse von sozialen Bewegungen auch noch zu beachten gilt; es handelt sich insofern um einen *zentralen* Bestandteil von Bewegungen, als die Mobilisierung von öffentlicher Meinung *der wichtigste* Weg ist, der Bewegungen offensteht, Einfluß auf die Gesellschaft nehmen zu können (Klandermans, 1988: 177). Über andere Medien der Einflußnahme (Geld, Macht, Kontakte zu Eliten) auf das politische System verfügen Protestakteure im Gegensatz zu Parteien und Verbänden nicht oder in nur geringem Maße.

In der Literatur zu sozialen Bewegungen sind verschiedene konzeptionelle Vorschläge zur Analyse von Deutungsprozessen entwickelt worden.

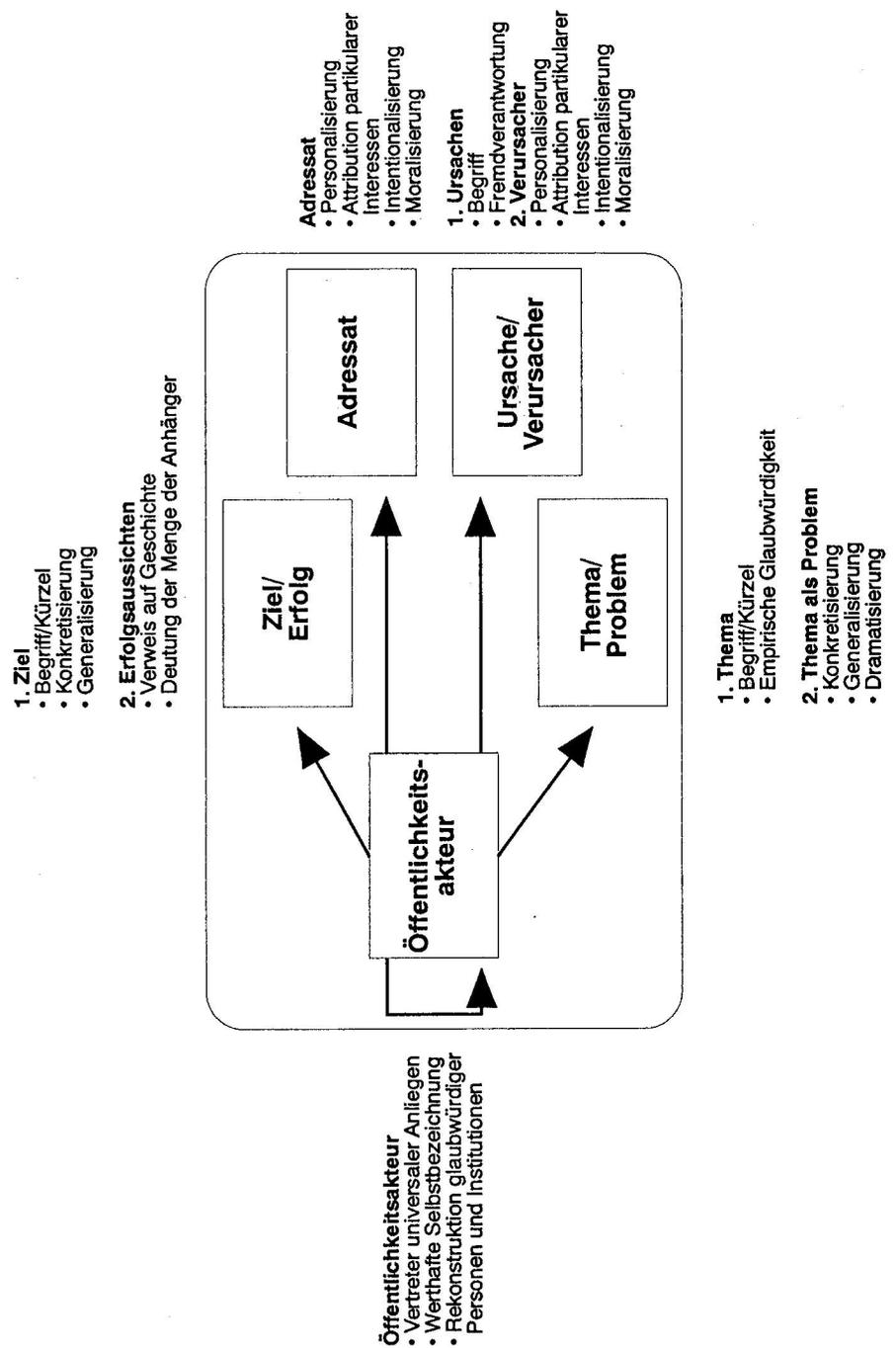
Snow et al. (1988) unterscheiden zwischen verschiedenen Strategien des "framings" (*frame bridging, frame amplification, frame extension* und *frame transformation*) ohne aber systematisch Gegenstandsbereiche zu unterscheiden, auf die sich die Deutungsstrategien beziehen. Klandermans (1988) unterscheidet zwischen "consensus mobilization" und "consensus activation" und versucht für beide Prozesse verschiedene Strategien zu unterscheiden. Konsensusmobilisierung bezieht sich auf die Herstellung eines Mobilisierungspotentials und meint die Herstellung einer gleichen Problemsicht, Konsensusaktivierung meint die Überzeugung des Protestpotentials, daß sie sich zur Lösung der Probleme an Protestaktivitäten beteiligen müssen, meint die Überführung des Potentials in überzeugte Teilnehmer an einer Protestaktion. Vergleicht man diese Einteilung von Klandermans mit dem hier entwickelten Vorschlag der Einteilung nach Gegenstandsbereichen der Definition, dann ergeben sich Überschneidungen. Konsensusmobilisierung bezieht sich in erster Linie auf die Definition von Themen und Problemen, dann auch auf Ursachen, Verursacher und Adressaten. Konsensusaktivierung bezieht sich in erster Linie auf die Definition von Zielen und Mitteln. Die Selbstlegitimation des Protestakteurs ist sowohl für die Mobilisierung als auch für die Aktivierung von Konsens notwendig wenn auch in unterschiedlicher Weise. Empirisch hat bis dato nur William A. Gamson versucht, Deutungsprozesse und Deutungsmuster ("packages") im Kontext von sozialen Bewegungen systematisch zu untersuchen (Gamson, 1988; Gamson und Modigliani, 1989). Konzeptionell bleibt seine "packages theory" aber eher schwach. Packages stellen nur einen, wenn auch bedeutsamen Bestandteil von Deutungsprozessen von Bewegungsakteuren dar.

Die folgenden Ausführungen knüpfen an diese Überlegungen an und versuchen sie zu systematisieren. Ziel der Ausführungen ist es, Dimensionen und Strategien öffentlicher Diskurse zu unterscheiden und zu beschreiben. Diskurs bezeichnet hier allein den Deutungsrahmen, das Interpretationsmuster, mit dem politische Akteure einen Sachverhalt in der Welt, mögliche Ursachen und Verursacher, politische Gegner, Lösungsformen und nicht zuletzt sich selbst als politischen Akteur interpretieren.²

Mit *Diskursdimensionen* sollen die Gegenstandsbereiche bezeichnet werden, auf die sich die Deutungsprozesse beziehen. Folgende Diskursdimensionen lassen sich unterscheiden. Protestakteure müssen – so die These –, wollen sie erfolgreich öffentliche Meinung für ihre Belange mobilisieren:

- 1) ein *Thema* und dieses Thema als soziales *Problem* interpretieren,
- 2) *Ursachen* und *Verursacher* für das Problem ausfindig machen,
- 3) einen *Adressaten* für ihren Protest finden und etikettieren,
- 4) *Ziele* und die *Aussicht auf Erfolg* ihrer Bemühungen interpretieren und
- 5) sich selbst als *legitimierten Akteur* rechtfertigen.

Schema I: Diskursdimensionen und Diskursstrategien



Mit *Diskursstrategien* werden die Techniken der Deutung der Gegenstandsbereiche des Diskurses bezeichnet. Kollektive Akteure zielen ab auf eine Mobilisierung von öffentlicher Meinung. Ob dies gelingt und in welchem Maße dies gelingt hängt u.a. von den Techniken der Deutung der verschiedenen Gegenstandsbereiche ab. Entsprechend kann man zwischen mehr oder weniger erfolgreichen Diskursstrategien unterscheiden.³

Die Gegenstandsbereiche der Deutungsarbeit und die verschiedenen Strategien der Plausibilisierung der Bereiche sind in Schema I zusammengefaßt; sie sollen im folgenden Schritt für Schritt erläutert werden.

1. Deutung eines Themas und Deutung eines Themas als Problem

Wollen Akteure öffentliche Meinung beeinflussen, müssen sie 1. das empirische Phänomen, den Tatbestand oder das Ereignis als ein Thema definieren, dann 2. das Phänomen als Problem etikettieren, dessen sich das politische System annehmen soll. Damit ein Thema zu einem öffentlich diskutierten Thema werden kann, braucht man einen *Begriff*, der den Gegenstandsbereich bezeichnet, um den es geht. Nicht jeder Begriff zur Bezeichnung eines Themas ist gut geeignet. Läßt sich ein komplexer Sachverhalt begrifflich *entdifferenzieren* (Nedelmann, 1986), dann läßt sich leichter darüber kommunizieren: Rentenlüge, Nato-doppelbeschluß, AKW sind Kürzel für einen weit über das Kürzel selbst hinausweisenden Zusammenhang, die einen komplexen Sachverhalt auf einen begrifflichen Punkt bringen, Aufmerksamkeit konzentrieren und damit eine Kommunikation über das Thema vereinfachen. Dabei muß das Thema selbst möglichst *glaubwürdig* sein. Es müssen sich Indikatoren für einen "empirischen Test" finden lassen bzw. konstruiert werden, die die Deutungen eines Themas auch "verifizieren" können.⁴ Daß das Thema einen realen Bezug hat, muß empirisch evident sein bzw. evident gemacht werden.⁵

Ein Thema als Thema zu definieren reicht aber als Bedingung für eine Mobilisierung von öffentlicher Meinung nicht aus. Ein Thema wird zum öffentlichen Issue erst dann, wenn es als *Problem* erscheint.⁶ Probleme sind als Diskrepanzen zwischen Ist-Zuständen und Soll-Zuständen gekennzeichnet: Man will Frieden, die Stationierung von Raketen führt aber vermeintlich zu Krieg, man ist gegen Ausbeutung, IWF und Weltbank fördern aber die Ausbeutung des Südens durch den Norden, man will keine Arbeitslosigkeit, die Wirtschaftspolitik führt aber zu einem Anwachsen der Arbeitslosenrate.⁷ Diese Diskrepanzen haben bereits eine Präferenz für eine Seite der Dichotomie eingebaut, die richtige Meinung zu dem Thema ist gleichsam natürlich mitgegeben. Eine binäre Codierung von Themen muß zugleich schon die Präferenz für einen Teil des Codes mitangeben (Garfinkel, 1976: 35). Durch zwei verschiedene Strategien kann man dies erreichen: durch eine *Konkretisierung* des Themas durch Herstellung von Betroffenheit und eines lebensweltlichen Bezugs und den gegenläufigen Prozeß der *Abstraktion* durch Einbindung des Themas in einen größeren Wertezusammenhang.

a) Ein Problem läßt sich konkretisieren durch die Herstellung eines *lebensweltlichen Bezugs* zwischen dem Problem und den alltäglichen Erfahrungen der Bürger. Die Massenmedienwirkungsforschung hat gezeigt, daß den sogenannten "obtrusive issues" eine höhere Rezeptionschance zukommt als den "non-obtrusive issues" (zusammenfassend Schenk, 1987: 437f). Die Nähe der Deutung eines Problems zu den eigenen lebensweltlichen Erfahrungen erhöht die Einsicht in die "Aufdringlichkeit" des Problems, die individuelle Betroffenheit steigt. Gelingt es Akteuren, dem Publikum plausibel zu machen, daß das thematisierte Problem ihre eigene Lebenspraxis unmittelbar negativ tangieren wird, daß z.B. der kleine Mann die Kosten der Wiedervereinigung zahlen muß, dann steigt die Betroffenheit,⁸ und die Bereitschaft, sich der öffentlichen Definition des Problems

anzuschließen, wird erhöht.⁹ Die Abholzung des tropischen Regenwaldes wird sich besser als öffentlich diskutiertes Thema in den westlichen Ländern lancieren lassen, wenn man plausibel machen kann, daß die Abholzung dazu führen wird, daß man in Zukunft in der Brandenburgischen Sandbüchse segeln kann.

b) Das Komplement der Konkretisierung von Problemen bildet ihre interpretative Einbettung in einen abstrakteren Zusammenhang. Lassen sich Einzelphänomene im Kontext von allgemeinen Werten und in einem ideologischen Rahmen interpretieren und dort einhaken, erfahren sie dadurch eine normative Aufladung. Läßt sich ein Problem in ein von den Bürgern geteiltes Wertemuster einhaken, dann erhöht sich die Einsicht, daß es sich wirklich um ein Problem handelt, das gelöst werden muß. Je höher die Diskrepanz zwischen Thema und Wert, je höher die Skandalisierungschance. Bei diesen Wertemustern kann es sich zum einen um allgemeine Codes handeln, die entlang von strukturierenden Konfliktlinien konstruiert sind. Die Deutung neuer Phänomene entlang des links/rechts Schemas ist eine von Parteien häufig benutzte Form der Aufladung eines Themas (Fuchs und Klingemann, 1989); es kann sich um spezifischer zugeschnittene kulturelle "packages" (Gamson und Modigliani, 1989)¹⁰ handeln oder um einzelne Normenbündel.

Wird ein Problem in einen größeren Wertehorizont eingehakt, dann hat dies einen "Ausstrahlungseffekt" auf den mit dem Problem tangierten Wert selbst,¹¹ die Wichtigkeit des Themas und Problems steigt und entsprechend die Einsicht, daß hier etwas im Argen liegt.¹² Sieht man in der Rüstungspolitik der USA eine Bedrohung der ganzen Menschheit, dann muß man gegen diese Politik sein; kann man den Bau von Atomkraftwerken mit einer Fortschrittsideologie in Verbindung bringen, steigt die Akzeptanz der Kraftwerke (Gamson und Modigliani, 1989); betrachtet man einen ein Monat alten Fötus als kompletten Menschen, muß man sich gegen Abtreibung aussprechen; bedeutet die Wirtschaftspolitik der Länder der ersten Welt Hunger für tausende von Menschen in der dritten Welt, dann kann man deren Politik nicht mehr gutheißen.¹³

Die Dringlichkeit eines Problems und seiner Lösung wird noch erhöht, wenn es gelingt, eine Verschärfung des Problems in der Zukunft zu unterstellen. Ein unterstelltes Crescendo *dramatisiert* ein Problem und unterstellt die Notwendigkeit schnellen Handelns.

Bei all dem ist es nicht unwichtig, in welcher Form Thema und Problem thematisiert werden. Die Erzeugung von Nachrichtenwertfaktoren – ungewöhnliche Maßnahmen, außerordentliche Pressekonferenzen, Regelverletzungen (ziviler Ungehorsam) – sind Mittel, erst einmal die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf das Thema zu konzentrieren, um dann im zweiten Schritt die Meinungen zum Thema zu plausibilisieren.¹⁴

2. Kausalattribution: Definition der Ursache und der Verursacher

Gelingt es, ein Thema als Problem überzeugend zu definieren, ist der wichtigste Schritt zur Mobilisierung von öffentlicher Meinung schon getan. Im Sinne eines "value add"-Prozesses läßt sich die Generierung öffentlicher Meinung aber weiter zuspitzen, wenn es gelingt, Ursachen und Verursacher für die definierten Probleme zu etikettieren. Auch zur Bezeichnung von Ursachen braucht es wiederum einen Begriff: Stalinismus, Neofaschismus, Spätkapitalismus sind solche Begriffe. Damit Ursachen aber mobilisierungswirksam werden, muß ihre Definition einen besonderen Zuschnitt haben. Welche Strategien lassen sich unterscheiden?

Die Ursache für die Entstehung eines Problems darf nicht individualisiert werden, sondern muß einem kollektiven Akteur attribuiert werden (*Selbstverantwortung / Fremdverantwortung*) (Ferree und Miller, 1984). Fühlt sich der einzelne für einen Mißstand selbst verantwortlich, dann gibt es keinen Grund für öffentliche Aufregungen. Läßt sich Arbeits-

losigkeit als individuelles Versagen etikettieren, ist die Chance, daß es als gesellschaftliches Problem angesehen wird, gering. Akteure versuchen, wollen sie öffentliche Meinung zu einem Problem mobilisieren, Ursachen für die Entstehung des definierten Problems zu externalisieren und eine Attribuierung von Ursachen auf kollektive Akteure durchzusetzen.

Die Mobilisierung öffentlicher Meinung läßt sich steigern, wenn es neben einer Definition von Ursachen gelingt, *Verursacher* in Form von konkreten Personen ausfindig zu machen. Damit erhalten die Ursachen eine Versinnbildlichung, sie werden zu Verursachern und damit konkret und angreifbar. Gelingt es über eine *Personalisierung* hinaus dem Verursacher, eine intendierte Absicht für seine Handlungen zu unterstellen (Intentionalisierung), wird sich die Mobilisierungskraft der Deutung nochmals erhöhen. *Intentionalisierung* meint, daß das Problem willentlich vom Verursacher geschaffen wurde. Intentionalisierung erhält eine besondere Zuspitzung, wenn die Intention des Handelns des Verursachers in der Befriedigung eines *partikularen Interesses* besteht, wenn die Absicht des Verursachers z.B. in einer persönlichen Bereicherung besteht und damit dem Kollektivinteresse entgegengesetzt ist. *Moralisierung* bezeichnet eine weitere Stufe der Stigmatisierung des Verursachers. Moralisierung meint den Transfer von einer thematischen Meinungsverschiedenheit auf eine Diskriminierung von Personen, die eine bestimmte Meinung geäußert haben. Gelingt es, einen Gegner zu moralisieren, dann entzieht man ihm die Achtung als Kommunikationspartner (Luhmann, 1978: 51); der andere gehört nicht mehr eigentlich zur Gemeinschaft möglicher Kommunikationspartner.¹⁵

Läßt sich die Entstehung eines sozialen Problems auf einen Verursacher attribuieren, der Verursacher zugleich personalisieren, moralisieren, seine Handlungen als intentional und mit partikularen Interessen verbunden interpretieren, dann erhöht sich die Chance der Aktivierung von öffentlicher Meinung. Aber auch hier gilt: Alle Strategien der Kausalattribution können nur wirken, wenn sie empirisch plausibel gemacht werden können, wenn ihnen "empirical credibility" (Snow und Benford, 1988: 208) zukommt.

3. Deutung des Adressaten öffentlicher Forderungen

Von Ursachen und Verursachern von sozialen Problemen lassen sich analytisch Adressaten, von denen man Lösungen für definierte Probleme erwartet, unterscheiden (Tarrow, 1989: 101-104). Der Adressat öffentlicher Meinung ist in modernen Gesellschaften meist das politische System. Nationenbildung, Zentralisierung und Monopolisierung der Gewalt in der Hand des Staates und Ausdehnung der Zuständigkeitsbereiche des politischen Systems mit der Entwicklung des Wohlfahrtsstaates, haben dazu geführt, daß das politische System allein zuständig ist für die Herstellung kollektiv verbindlicher Entscheidungen. Politik ist der Generalbevollmächtigte für gesellschaftliche Steuerung und entsprechend der Adressat von öffentlicher Meinung und politischen Forderungen, auch wenn die Politik selbst häufig nicht der Verursacher der Probleme ist, die thematisiert werden. Vom politischen System und in erster Linie von der verantwortlichen Regierung erwartet man Lösungen von gesellschaftlichen Problemlagen.

Wollen kollektive Akteure und vor allem Oppositionsparteien erfolgreich öffentliche Meinung mobilisieren und Anhänger von ihrer Sicht der Welt überzeugen, dann müssen sie aufzeigen, daß das politische System und in erster Linie die Regierung von sich aus zu Lösungen nicht bereit oder nicht in der Lage ist. Die Kehrseite der Legitimation der eigenen Berechtigung, als kollektiver Akteur aufzutreten und Forderungen zu erheben, ist die Delegitimierung funktionaler Alternativen. Die Diskreditierung der Regierung ist entsprechend häufig Teil der Deutungsarbeit kollektiver Akteure. Eine Delegitimierung von Adressaten öffentlicher Meinung greift auf die Strategien zurück, die auch bei der Deutung

von Ursachen und Verursacher Verwendung finden: Personalisierung des Adressaten, Unterstellung eines intentionalen Handelns, das partikularen Interessen folgt und die Moralisierung des Adressaten selbst sind die bereits beschriebenen Schritte. Korruptionsverdacht ist dann häufig das Ergebnis.

4. Ziel- und Erfolgsdeutungen

Die öffentliche Definition von Problemen hat die Funktion, auf eine Lösung der definierten Probleme zu drängen. In der Thematisierung von Problemen ist meist eine Zielvorstellung eingebaut – die Ziele bilden die Kehrseite der thematisierten Probleme. Umweltschutz, Abrüstung, Mitbestimmung, Einhaltung der Menschenrechte, Gerechtigkeit, Lohnerhöhung als Ziele setzen immer voraus, daß ihre Nichterfüllung ein Problem darstellt, weswegen öffentliche Meinung gerade mobilisiert wird. Für die Interpretation der Ziele gelten dieselben Deutungsstrategien wie für die Thematisierung von Problemen: Begriffsfindung, wertmäßige Aufladung des Ziels durch Anbindung an oberste Werte, Konkretisierung des Ziels durch das Aufzeigen des praktischen Nutzens für die Betroffenen sind – wie wir gesehen hatten – die wichtigsten Interpretationsstrategien.

Neben der Plausibilisierung von Zielen erhöht ein wahrscheinlicher Erfolg der öffentlich erhobenen Forderungen die Chance der Mobilisierung öffentlicher Meinung. Je wahrscheinlicher der Erfolg einer Forderung, desto eher sind Menschen bereit, zuzustimmen und an der Generierung öffentlicher Meinung teilzunehmen (Klandermans, 1984). Auch der wahrscheinliche Erfolg einer Mobilisierung öffentlicher Meinung eignet sich für Deutungsarbeit. Gerade zu Beginn von Kampagnen ist es schwierig, einen möglichen Erfolg des Unterfangens zu plausibilisieren. Vergleiche mit und Verweise auf historische Vorläufer, die zu Beginn ihrer Entstehung ebenso aussichtslos von den Zeitgenossen interpretiert wurden, am Ende aber erfolgreich waren, gehören zum Standardrepertoire der Erhöhung der konstruierten Erfolgsaussichten. Dann der Definitionskampf um die Anzahl möglicher Anhänger: Je höher diese definiert werden kann, umso wahrscheinlicher wird ein Erfolg, umso bereiter sind andere, sich der öffentlichen Meinung anzuschließen.¹⁶

5. Selbstlegitimation der Öffentlichkeitsakteure

Öffentlichkeitsakteure, die eine Mobilisierung öffentlicher Meinung betreiben, erhöhen ihre Erfolgchance, wenn es ihnen gelingt, sich selbst als vertrauenswürdige Akteure darzustellen. Sie brauchen die Zustimmung von Anhängern und Publikum und müssen deswegen vor ihren Anhängern und dem Publikum plausibel machen, daß sie nicht im Eigeninteresse handeln – z.B. um sich selbst zu bereichern oder Macht zu gewinnen –, sondern der Sache selbst wegen mobilisieren, kollektive, vielleicht sogar *universale Interessen* vertreten (Turner, 1972; Garfinkel, 1976). Zur Selbstlegitimation von Akteuren gibt es verschiedene Strategien:

- a) Auch Akteure brauchen zuallererst einen *Begriff von sich selbst*. Gelingt es, über die Bezeichnung als Akteur bereits einen gesellschaftlich geteilten Wert zu okkupieren, steigt die eigene Glaubwürdigkeit. Sich selbst als Friedensbewegung zu kennzeichnen, macht es den Gegnern dieser Bewegung nicht leicht, eine Position zu beziehen, da sie schnell als Friedensfeinde etikettierbar werden.¹⁷ Die amerikanische Bewegung gegen die Abtreibung hat mit ihrer Selbstbeschreibung als "pro-life movement" eine ähnliche Verquickung von Selbstdefinition und zentralem Wert vorgenommen.
- b) Man versucht, *prominente und zugleich vertrauenswürdige Personen* zu rekrutieren und erhofft von deren Ausstrahlung eine Abstrahlung auf den kollektiven Akteur selbst

(Klandermans 1988: 185). Prominente, die aus Teilbereichen der Gesellschaft kommen, in denen selbst wiederum universale Interessen vertreten und Sinnfragen gestellt und beantwortet werden, haben eine besondere Chance, vertrauenswürdig zu sein. Kirchenvertreter, Wissenschaftler und Künstler sind hier von besonderer Bedeutung, da Glaubwürdigkeit gleichsam mit zum Code ihres Berufs gehört. Ähnliches gilt nicht nur für Personen, sondern auch für ganze Institutionen. Gelingt es, glaubwürdige Institutionen einzuspannen, erhöht sich die eigene Glaubwürdigkeit.

- c) Glaubwürdigkeit bezieht sich aber nicht allein auf die Akteure selbst, sondern auch auf die spezifischen Themen und Problemdeutung der Akteure. Lassen sich diese als richtig interpretieren, dann färbt dies auf die Glaubwürdigkeit des Akteurs selbst ab. Man interpretiert ein dramatisches Ereignis als von dem Akteur prognostiziert und deutet dies als die Richtigkeit der eigenen Theorie, was nicht ohne Ausstrahlung auf die Glaubwürdigkeit des Akteurs selbst bleiben wird. Unfälle, die zu einer Mehrbelastung der Umwelt führen haben zugleich die Glaubwürdigkeit der Ökologiebewegung erhöht, die diese Unfälle vorhergesagt hatte (Klandermans, 1988: 185). Die SPD rühmt sich, die Wirtschaftsprobleme der Wiedervereinigung vorausgesagt zu haben, was ihre Kompetenz und Glaubwürdigkeit bei den Bürgern erhöht.

Deutungen eines Themas und Problemkonstruktion, Etikettierungen von Verursachern und Adressaten, Interpretation der Ziele und eines möglichen Erfolgs und die Selbstlegitimation als Öffentlichkeitsakteur sind die wichtigsten Dimensionen, die Akteure bei der Beeinflussung von öffentlicher Meinung interpretieren müssen. Die beschriebenen Strategien der Interpretation dieser Dimensionen haben zum Ziel, die Aufmerksamkeit auf das Thema zu zentrieren und Positionen zu dem Thema als allgemeinverbindliche Positionen durchzusetzen. Gelingt es, die Öffentlichkeit für seine Definitionen und Meinungen zu gewinnen, dann geraten politische Entscheidungsträger unter Druck. Nur bei Strafe des Verlustes der nächsten Wahl können in Konkurrenzdemokratien politische Entscheidungsträger die öffentliche Meinung mißachten.

6. Ausblick

Die These von der Wichtigkeit von Deutungsprozessen, vor allem im Bereich der Generierung öffentlicher Meinung und der symbolischen Politik ist in erster Linie von Autoren ausgearbeitet worden, die ihre theoretische Fundierung aus dem Bereich des symbolischen Interaktionismus gewinnen. So eindrucksvoll verschiedene Fallanalysen, auf die im Laufe der Ausführungen verwiesen wurde, auch sind, mit zwei Problemen scheint ein derartiger Ansatz behaftet zu sein.

a) Symbolisch interaktionistische Ansätze betonen theoretisch und zeigen am empirischen Material, daß Themen und Probleme Konstrukte sind, die durch Deutungen und Deutungsmuster erst erzeugt werden. Die Aussagen, die zu Deutungsprozessen formuliert werden, sind in der Regel deskriptive Aussagen. Hypothesen fehlen gänzlich. Geht man davon aus, daß es das Ziel wissenschaftlicher Arbeit ist, neben der Formulierung von deskriptiven Aussagen Erklärungen zu finden, macht die Formulierung von Hypothesen Sinn. Bezugspunkt der Formulierung von Hypothesen ist der Grad der Überzeugung der in den öffentlichen Diskurs eingefädelt Argumente. Die hier formulierten Ausführungen verstehen sich als einen ersten Schritt in die Richtung der Formulierung von Hypothesen. Die Unterscheidung von Diskursdimensionen sollte das Feld möglicher Bereiche, die bei der Generierung öffentlicher Meinungsbildung wichtig sind, dimensionieren. Die Unterscheidung von Diskursstrategien impliziert eine Hypothesenformulierung: Eine Diskursstrategie ist mehr oder weniger erfolgreich in bezug auf die angestrebte Überzeugungskraft.

Allerdings sind die beschriebenen Diskursstrategien nicht mehr, als ein erster Anfang in der Entwicklung einer systematischen Analyse von Diskursen.

b) Das zweite Problem der Weiterentwicklung von Diskursanalysen scheint mir ein methodisches Problem zu sein: Wie lassen sich in dem weichen Bereich der Deutungsanalysen empirisch, fundierte Analysen nach Kriterien der intersubjektiven Überprüfbarkeit durchführen? Symbolisch interaktionistische Ansätze sind hier eine Ehe mit qualitativen Methoden eingegangen. Die Probleme liegen auf der Hand. Zwar gelingt es häufig, den Sinnzusammenhang von Argumenten zu beschreiben, das Verfahren der Textanalyse bleibt aber eine subjektive Textauslegung. Für die konventionelle Inhaltsanalyse gilt der umgekehrte Zusammenhang. Die quantitative Inhaltsanalyse stellt zwar ein intersubjektiv nachprüfbares Verfahren der Datenanalyse dar, sie wird aber dem Ziel der Analyse, dem Sinnzusammenhang von Texten nicht gerecht, da sie den Text in isolierte Elemente – Themen, Aussagen, Meinungen – auflöst. Welchen Weg gibt es zwischen der Scylla der subjektiven Hermeneutik und der Charybdis der quantitativen Inhaltsanalyse, die Sinnzusammenhänge nicht zu fassen vermag? Wir haben an anderer Stelle zwei Strategien verfolgt, um die beschriebenen methodischen Probleme zu kompensieren (Gerhards, 1991; Gerhards und Rucht, 1991).

1. Probleme der Datenauswertung können zum Teil durch die Selektion und Reduktion des Textkorpus, der analysiert werden soll, durch das Auswahlverfahren also, kompensiert werden. Ziel ist es, den Textkorpus auf wenig, aber aussagekräftiges Material zu reduzieren. So haben wir bei der Analyse der Deutungsstrategien, die von den Protestakteuren, die die Kampagne gegen die IWF-Tagung in Berlin 1988 organisiert haben, allein das zentrale Flugblatt, das von allen Gruppen unterschrieben wurde, als Datenbasis genommen. Die Reduktion des Materials auf aussagekräftiges Material erlaubt es dann, der Analyse das Material selbst beizugeben, so daß der Leser die Plausibilität der Interpretation überprüfen kann.
2. Mit der graphischen Methode, mit der Axelrod (1976) Entscheidungsprozesse von Eliten rekonstruiert hat, lassen sich auch Argumentationsmuster rekonstruieren. Damit läßt sich die Information eines Deutungsmusters auf das Skelett der Argumentation reduzieren, die Reichweite, Hierarchie und Verquickung von Argumenten graphisch darstellen und mit anderen Deutungsmustern vergleichen. Allerdings handelt es sich auch hierbei um einen ersten Versuch, Boden in das weiche Feld der Diskursanalyse einzuziehen, der weiterer Entwicklung bedarf.

Anmerkungen

- 1 Die Begriffe Öffentlichkeit und öffentliche Meinung sind an anderer Stelle genauer definiert worden (Gerhards und Neidhardt, 1990). Unter Öffentlichkeit, genauer: unter politischer Öffentlichkeit, wird ein ausdifferenzierter Kommunikationszusammenhang verstanden, dem eine intermediäre Funktion zukommt. Öffentlichkeit vermittelt zwischen den Bürgern und Interessengruppen auf der einen Seite und dem politischen System auf der anderen Seite. Der Output eines Kommunikationssystems Öffentlichkeit – der Gegenstand der Vermittlung also – sind öffentliche Meinungen. Unter öffentlicher Meinung soll nicht die Summe von Individualmeinungen verstanden werden, sondern die öffentlich kommunizierten Themen und Meinungen. Erst wenn Themen und Meinungen von Akteuren kommuniziert werden, haben sie eine Chance, zur Generierung öffentlicher Meinung beizutragen.
- 2 Der Diskursbegriff schließt nicht an den sprachphilosophisch begründeten Diskursbegriff von Habermas an.
- 3 Ziel wäre es, Hypothesen in Form von wenn/dann-Aussagen über erfolgreiche oder weniger erfolgreiche Mobilisierungsdeutung formulieren zu können. Die hier entwickelten Überlegungen verstehen sich als einen ersten Schritt in diese Richtung. Sie dienen der Hypothesengenerierung.

- Snow, D. A., et al. (1986) 'Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation', *ASR*: 464-481.
- Snow, D. A./Benford, R. D. (1988) 'Ideology, Frame Resonance and Participant Mobilization', pp. 197-218 in B. Klandermans, H. Kriesi und S. Tarrow (Hrsg.), *International Social Movement Research*, Vol. 1.
- Sykes, G./Matza, D. (1957) 'Techniques of Neutralization', *AJS* (22): 664-670.
- Tarrow, S. (1989) *Democracy and Disorder. Protest and Politics in Italy 1965-1975*. Oxford.
- Turner, R. H. (1973) 'Die Wahrnehmung von Protest durch die Öffentlichkeit', pp. 167-209 in: W. R. Heinz und P. Schroder (Hrsg.), *Theorien kollektiven Verhaltens. Beiträge zur Analyse sozialer Protestaktionen und Bewegungen*, Band 1. Darmstadt und Neuwied.