



universität
wien

Magisterarbeit

Titel der Magisterarbeit

„Habt Acht – Stillgestanden!
Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit am
Fallbeispiel der Bundesheerdebatte im Jänner 2013“

Verfasst von

Petra Manuela Großmann, Bakk. phil., BA

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von: Priv.-Doz. Mag. DDr. Julia Wippersberg

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe.

Die aus fremden Quellen direkt oder indirekten übernommen Gedanken sind als solche gekennzeichnet.

Diese Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, April 2014

Petra Manuela Großmann bakk. phil., BA

Anmerkung:

In dieser Arbeit wurde auf eine geschlechterspezifische Formulierung der Sprache geachtet.

Vorwort

Am Ende dieser Arbeit erscheinen mir diese Zeilen die schwierigsten zu sein.

In erster Linie möchte ich mich bei meinen Eltern bedanken, die immer für mich da sind.

Ein besonderer Dank gilt meiner Mutter: Wenn ich im Laufe des Studiums verzweifelt war, wusste sie immer die richtigen Worte, um mich aufzumuntern. Und dies gilt auch für meine Oma, die es zwar nicht immer schaffte mich zu beruhigen, mich dafür aber immer mit ausreichend Essen versorgte und ich so stets gestärkt nach Wien pendeln konnte.

Vielen Dank auch an meinen Freund Matthias, der mich täglich motiviert und unterstützt hat. Die Kombination von Job und Studium war oft sehr belastend und da tut es gut einen Menschen an seiner Seite zu haben, bei dem man sich fallen lassen kann.

Ein großer Dank gilt auch meinen beiden „Studis“, die ich in der ersten Lehrveranstaltung meines Studiums kennenlernen durfte und mit welchen ich den Weg bis zum Magistra ging. Wir haben gemeinsam Vorlesungen besucht, gelernt, sind gereist, haben die Nacht zum Tag erklärt und waren für jeden Spaß zu haben. Danke Euch! Es war eine tolle Zeit!

Ich möchte auch meinen Freunden aus Niederösterreich danken, die immer für mich da sind. Ohne ihre Unterstützung hätte ich dieses Studium nie bis zum Ende geschafft.

Ich sage aber nicht nur Danke für die Unterstützung, sondern vor allem Danke für die schöne Zeit! Das Studium hat mir oft Spaß gemacht und diese Freude muss man mit Menschen teilen, die man liebt!

Abschließend danke ich meiner Betreuerin Julia Wippersberg, die mir stets Halt gegeben hat und mir immer mit Rat und Tat zur Seite stand!

Danke Euch!

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	Seite 1
1.1. Kommunikationswissenschaftliche Relevanz.....	Seite 3
1.2. Zielformulierung.....	Seite 5
1.3. Forschungsinteresse.....	Seite 5
1.4. Forschungsfragen und Hypothesen.....	Seite 6
1.3. Aufbau der Magisterarbeit.....	Seite 7
THEORETISCHER TEIL.....	Seite 8
2. Ein theoretisches Fundament.....	Seite 8
2.1. Verständigung – Ein sozialer Akt.....	Seite 9
2.2. Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit.....	Seite 11
2.2.1. Basis der verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit.....	Seite 11
2.2.2. Das Ziel verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit.....	Seite 13
2.3. Der Diskurs.....	Seite 15
2.3.1. Diskursive Kommunikation.....	Seite 17
2.3.2. Verständigung – Diskurs – Journalismus: Eine Zusammenkunft...Seite 18	
2.3.3. Diskursive Berichterstattung und ihre Merkmale.....	Seite 20
2.4. Die Rolle von JournalistInnen der verständigungsorientierten Berichterstattung.....	Seite 21
2.5. Exkurs.....	Seite 23
2.5.1. Qualität im Journalismus.....	Seite 24
2.6. Die Messung von verständigungsorientierter Berichterstattung.....	Seite 26
2.7. Die Begründung von Zweifeln.....	Seite 32
2.8. Politische Kommunikation.....	Seite 34
2.9. Nachrichtenwerttheorie.....	Seite 35
2.9.1. Zentrale Begriffe der Nachrichtenwerttheorie.....	Seite 36
2.9.2. Schulz: Nachrichtenfaktoren.....	Seite 37

PRAKTISCHER TEIL.....	Seite 40
3. Die Volksbefragung.....	Seite 40
3.1. Die AkteurInnen.....	Seite 43
3.1.1. SPÖ.....	Seite 44
3.1.2. ÖVP.....	Seite 45
EMPRISCHER TEIL.....	Seite 47
4. Die Inhaltsanalyse.....	Seite 47
4.1. Quantitative Inhaltsanalyse.....	Seite 48
4.2. Kategoriensystem.....	Seite 49
4.3. Untersuchungsmaterial.....	Seite 51
4.3.1. Die Kronen Zeitung.....	Seite 51
4.3.2. Kurier.....	Seite 52
4.3.3. Die Presse.....	Seite 53
4.3.4. APA – Austria Presse Agentur.....	Seite 55
4.4. Untersuchungszeitraum.....	Seite 56
4.5. Das Codebuch.....	Seite 57
4.6. Operationalisierung.....	Seite 60
4.6.1. Zweifel.....	Seite 61
4.6.2. Begründungen.....	Seite 64
4.6.3. ExpertInnen.....	Seite 65
4.7. Eckdaten der Untersuchung.....	Seite 66
4.8. Pretest.....	Seite 67
5. Beantwortung der Forschungsfragen.....	Seite 68
6. Fazit.....	Seite 87
7. Ausblick.....	Seite 90
8. Literaturverzeichnis.....	Seite 91
8.1. Internetquellen.....	Seite 95

8.2. Zeitungen.....	Seite 96
---------------------	----------

ANHANG

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1

Public Relations – Die vier Modelle.....Seite 4

Abbildung 2

Kommunikatives Handeln.....Seite 10

Abbildung 3

Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit.....Seite 14

Abbildung 4

Die Messung von verständigungsorientierter Berichterstattung.....Seite 27

Abbildung 5

Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit – Fragen zur Evaluierung auf drei Ebenen.....Seite 31

Abbildung 6

Anzahl der Artikel pro Medium.....Seite 68

Abbildung 7

Zweifeläußerungen insgesamt.....Seite 69

Abbildung 8

Zweifeläußerungen vonSeite 70

Abbildung 9

Zweifel in der Berichterstattung.....Seite 71

Abbildung 10

Anzahl der Begründungen.....Seite 73

Abbildung 11

Begründungen in der Berichterstattung.....Seite 74

Abbildung 12

Pauschale Begründungen.....Seite 75

Abbildung 13

Einfache Begründungen.....Seite 76

Abbildung 14

Spezifische Begründungen.....Seite 77

Abbildung 15

Kommt in OTS Meldungen vor.....Seite 78

Abbildung 16

Kommt nicht in OTS Meldungen vor.....Seite 79

Abbildung 17

Stimmt nicht mit OTS Meldungen überein.....Seite 80

Abbildung 18

Zweifel von JournalistInnen im jeweiligen Medium.....Seite 81

Abbildung 19

Anzahl der Themenschwerpunkte in den Tageszeitungen.....Seite 82

Abbildung 20

Themenschwerpunkte in der Presse.....Seite 83

Abbildung 21

Themenschwerpunkte im Kurier.....Seite 84

Abbildung 22

Themenschwerpunkte in der Kronen Zeitung.....Seite 85

1. Einleitung

„Der soziale Wandel der Nachkriegsjahrzehnte hat neue Wertmuster hervorgebracht. Der Wert ´Partizipation´ erlangt in einigen sozialen Schichten mehr und mehr an Bedeutung. Der aktive Bürger ist nicht länger Schattengespenst soziologischer Propheten, sondern Realität. Der Trend zum Aktivismus beruht größtenteils auf wachsendem Mißtrauen (sic!) gegenüber anonymen Institutionen, das in der zunehmenden Komplexität und Anonymität unserer Umwelt begründet ist. Die sinkende Autoritätengläubigkeit hat zudem die Bereitschaft zur Konfliktaustragung verstärkt. Nicht nur politische Organisationen durchlaufen infolge dieser gesellschaftlichen Entwicklungen zunehmend Legitimitäts- und Vertrauenskrisen.“¹

Auch das Misstrauen gegenüber den Informationen selbst ist gestiegen. Die logische Schlussfolgerung daraus ist, dass sich die Öffentlichkeitsarbeit nicht nur auf die Komponente der Information beschränken darf, sondern sich verstärkt auf den Faktor Glaubwürdigkeit konzentrieren muss, um zu überleben.

Zeitgemäße Öffentlichkeitsarbeit muss ein Verfahren werden, welches mit gesellschaftlichen Konflikten umgehen kann. Diese Umsetzung muss sowohl in der Theorie als auch in der Praxis passieren. Neue Modelle sind gefragt, die symmetrische Zweiwegkommunikation ermöglichen, die aber sehr wohl auch Feedback-Schleifen, als auch Formen der Beteiligung berücksichtigen.²

„Der Weg an die Öffentlichkeit führt in unseren entwickelten Gesellschaften notwendigerweise über die publizistischen Medien.“³

Massenmedien kommen in einer Demokratie einer wichtigen Rolle zu. Vor allem der meinungsbetonte Journalist/die meinungsbetonte Journalistin, welche(r) der demokratischen Gesellschaft ein Podium eröffnet, auf welchem sich verschiedene Meinungen/Positionen begegnen und Konflikte ausgetragen werden können. JournalistInnen kommen in dieser Position selbst zu Wort. Sie agieren sozusagen als

¹ Mayer, Uschi: Vorwort. In: Burkart, Roland u.a.: Public Relations als Konfliktmanagement. Ein Konzept für verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit untersucht am Fallbeispiel der Planung von Sonderabfalldeponien in Niederösterreich. Studienreihe Konfliktforschung 7. Wilhelm Braumüller Verlag: Wien. 1993. S.7.

² Vgl. Ebenda. S. 7.

³ Grossenbacher, René: Hat die „vierte Gewalt“ ausgedient? Zur Beziehung zwischen Public Relations und Medien. In: Dorer, Johanna/ Lojka, Klaus (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Berufspraxis der Public Relations. Wilhelm Braumüller Verlag: Wien. 1991. S.42-49. S.42.

„Anwälte der Stummen“, diejenigen die keine Möglichkeit haben zu Wort zu kommen und die Interessen der Mächtigen zu hinterfragen. Als „Anwalt der Stummen“ hat der Journalist/die Journalistin die Aufgabe jegliche Zweifel an bestimmten Geltungsansprüchen, nach Habermas, vorwegzunehmen und immerwährend diskursbereit zu sein bzw. im gegebenen Fall einen solchen Diskurs zu eröffnen.⁴

Die Diskursivität des Journalismus bei politischen Konflikten ist zentrales Thema dieser Arbeit. Konkreter soll der Konflikt „Berufsherr, ja oder nein“ dahingehend untersucht werden, ob in der Berichterstattung der drei Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“ von diskursiven Journalismus gesprochen werden kann und wie hoch der Grad an verständigungsorientierter Berichterstattung ist.

Und hier knüpfen wir erneut bei dem Journalisten/ der Journalistin als „Anwalt der Stummen“ an. Seine/Ihre Tätigkeit in Konfliktsituationen sollte nicht unterschätzt werden.⁵

Des Weiteren werden in dieser Arbeit die Presseaussenden aller in der Berichterstattung vorkommenden AkteurInnen mit der Berichterstattung selbst verglichen. Das Ziel ist es, herauszufinden, ob der „Gesprächsanwalt“ Aussagen jener AkteurInnen verändert, übernimmt oder aber in seiner Berichterstattung kritisiert.

⁴ Vgl. Burkart, Roland: Von verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit zum diskursiven Journalismus. In: Duchkowitsch, Wolfgang/ Hausjell, Fritz/ Hömberg, Walter/ Kutsch, Arnulf/ Neverla, Irene: Journalismus als Kultur. Analysen und Essays. Westdeutscher Verlag: Opladen/ Wiesbaden. S. 163-172. 1998. S. 169f.

⁵ Vgl. Ebenda. S. 170.

1.1. Kommunikationswissenschaftliche Relevanz

„Politische Öffentlichkeit war immer schon wesentlicher Bestandteil politischer Arbeit. Eine Interessenorganisation, die politische Ziele verfolgt, kommt ohne interne und externe Öffentlichkeit nicht aus. Was sich im Laufe der Jahrzehnte geändert hat, ist die Art und Weise, Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben. Vor allem das System öffentlicher Kommunikation ist komplexer, differenzierter und unübersichtlicher geworden, und die Medien nehmen da eine Schlüsselposition ein. Wer keine Medien- und Öffentlichkeitsarbeit betreibt, kommt in der Medienrealität nicht vor.“⁶

Die kommunikationswissenschaftliche Relevanz besteht in der Frage, ob es sich in der Berichterstattung über die Debatte von der Einführung eines Berufsheeres um verständigungsorientierte bzw. diskursive Berichterstattung handelt. Ist die Berichterstattung diskursiv und wie hoch ist der Grad der verständigungsorientierten Kommunikation innerhalb dieser Berichte?

Die Berichterstattung von Massenmedien spielt in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft eine große Rolle, da erst der Journalismus selbst eine politische Öffentlichkeit herstellt.

Im Zuge dieser Arbeit steht Verständigung und Kommunikation im Fokus. So ist ein wesentlicher Punkt meiner Arbeit die wechselseitige Kommunikation. Die vier PR-Modelle von James E. Grunig und Todd Hunt zeigen deutlich die Notwendigkeit der Verbindung von der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und meinem Diplomarbeitsthema. Dieses PR-Modell wird später in meiner Diplomarbeit zwar nicht mehr zu finden sein, zeigt aber deutlich und am einfachsten die kommunikationswissenschaftliche Relevanz auf. In diesem Sinne, sei eines der vier PR-Modelle in aller Kürze nun dargestellt.

Konkret geht es hierbei um das Modell der symmetrischen Kommunikation. Dieses Modell zielt auf wechselseitiges Verständnis, als auch auf Verhandlungen und Strategien der Konfliktlösung. In dieses Modell sind nicht nur die Organisation, sondern auch betroffene Publikumsgruppen involviert – daher sollten alle Beteiligten kommunikativ dieselben Chancen haben. Diese Art der Kommunikation ist als

⁶ Dorer, Johanna: Politische Öffentlichkeitsarbeit in Österreich. Eine empirische Untersuchung zur Public Relations politischer Institutionen. Studienreihe Konfliktforschung. Wilhelm Braumüller Verlag: Wien. 1995. S. 13.

Zweiweg-Kommunikation aufgebaut. Dies bedeutet, dass die Betroffenen ihre Gedanken/Informationen/Zweifel im Dialog austauschen.⁷

Zur Veranschaulichung des gerade Erläuterten, ist nachfolgend eine Grafik, in welcher alle vier Modelle dargestellt sind:

Public Relations - Die vier Modelle

	Publicity	Informationstätigkeit	Überzeugungsarbeit	Dialog
Charakteristik	propagieren	mitteilen und verlautbaren	argumentieren	sich austauschen
Ziel/Zweck	Anschlusshandlung	Aufklärung	Erziehung	Konsens
Art der Kommunikation	Einwegkommunikation, stark verkürzte Aussagen	Einwegkommunikation, umfassende Mitteilungen	asymmetrische Zwei-Wege-Kommunikation, Berücksichtigung des Feed Back	symmetrische Zwei-Wege-Kommunikation, Meditation
Kommunikationsmodell	Sender → Empfänger (Stimulus-Response)	Sender → Empfänger	Sender ↔ Empfänger	Gruppe ↔ Gruppe (Konvergenzmodell)
Art der Erforschung	quantitative Reichweiten- und Akzeptanzstudien	Verständlichkeitsstudien	Evaluierung von Einstellungen, Meinungsforschung	Evaluierung des Vertrauens, Verhaltensforschung
typische Verfechter	P. T. Barnum	I. Lee	E. L. Bernays	J. F. Grunig, Berufsverbände
Anwender heute	Parteien, Veranstalter, Verkaufsförderer	Behörden, Unternehmen	Unternehmen, Verbände, Kirchen	Unternehmen, PR-Agenturen
Geschätzter Anteil der Anwendung	25%	35%	35%	5%

Abbildung 1: Public Relations – Die vier Modelle⁸

⁷ Vgl. Röttger, Ulrike: Public Relations – Organisation und Profession. Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion. Eine Berufsfeldstudie. 2. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2010. S. 42f.

⁸ Wirtschaftslexikon: Public Relations (PR) Unter:
<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/public-relations-pr.html> (am 04.04.2014)

1.2. Zielformulierung

Im Zuge der Magisterarbeit will ich herausfinden, ob geäußerte Zweifel von PolitikerInnen in den OTS Meldungen von JournalistInnen innerhalb der Berichterstattung über die Einführung eines Berufsheeres in den Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“ genauso wiedergegeben werden. Des Weiteren will ich untersuchen, ob JournalistInnen selbst Zweifel an den Positionen der AkteurInnen, beziehungsweise an der Thematik an sich äußern. Wenn JournalistInnen Zweifel äußern, will ich herausfinden, worauf diese beruhen – beruhen sie auf den Presseaussendungen (OTS Meldungen)?

1.3. Forschungsinteresse

Konkret will ich im Zuge meiner Magisterarbeit drei Tageszeitungen untersuchen: „Kronen Zeitung“, „Presse“ und „Kurier“. Die Berichterstattung über die Einführung eines Berufsheeres oder der Beibehaltung der Wehrpflicht steht hier im Fokus. Der Untersuchungszeitraum erschließt sich von 1. Jänner bis 20. Jänner 2013. Die Volksbefragung fand am 20. Jänner 2013 statt. Danach ist nur noch eine Analyse der Befragung nachzulesen, welche für meine Arbeit nicht relevant ist.

Des Weiteren werden in dieser Arbeit die Presseaussendungen aller in der Berichterstattung vorkommenden AkteurInnen mit der Berichterstattung selbst verglichen. Ziel ist herauszufinden, ob der „Gesprächsanwalt“ Aussagen jener AkteurInnen verändert, übernimmt oder aber in seiner Berichterstattung kritisiert.

Wichtig dabei ist, ob die AkteurInnen Begründungen für ihre Positionen angeben und wie qualitativ hochwertig diese sind. In der Literatur werden drei Arten von Begründungen unterschieden, auf die ich mich stützen werde.

Ebenso sind Zweifel ein wesentlicher Punkt dieser Arbeit. Mein Ziel ist es zu untersuchen, ob Zweifel nach Habermas hervorgebracht werden und worauf diese beruhen bzw. von wem sie stammen. Je häufiger Zweifel an den Geltungsansprüchen artikuliert werden, desto höher ist der Grad an Verständigungsorientierung. Weitere Faktoren für den Grad für Verständigungsorientierung sind in den anschließenden Kapiteln nachzulesen.

Außerdem wird es noch interessant sein, die Ergebnisse der drei Tageszeitung miteinander zu vergleichen. Da ich drei unterschiedliche Tageszeitungen gewählt habe, könnten hier deutliche Unterschiede in der Berichterstattung erkennbar sein.

1.4. Forschungsfragen und Hypothesen

Die ersten vier Forschungsfragen beziehen sich direkt auf verständigungsorientierten Journalismus und fragen daher konkret nach Merkmalen des eben genannten. Der Fokus liegt stark auf Zweifeln innerhalb der Berichterstattung der ausgewählten Tageszeitungen und den OTS Meldungen.

Die fünfte Forschungsfrage soll klären, ob die Berichterstattung der ausgewählten Tageszeitungen unterschiedlich ist. Wenn ja, welche Unterschiede gibt es?

Konkret kann der forschungsleitenden Fragestellung nachgegangen werden:

Wie hoch ist der Grad an diskursivem Journalismus in der Berichterstattung über die Einführung eines Berufsheeres in den Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“ in dem Zeitraum von 1. bis 20. Jänner 2013?

FF1: Welche Zweifel äußern JournalistInnen an den Meinungen/Positionen der vorkommenden AkteurInnen innerhalb der Berichterstattung über die Einführung eines Berufsheeres im Zeitraum von 1. bis 20. Jänner 2013, in den Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“?

H1: Wenn Zweifel aus journalistischer Perspektive geäußert werden, dann sind es Zweifel an der Wahrheit der Kommunikatoren und an der Legitimität von Handlungen.

FF2: Welche Begründung(en) geben, die in der Berichterstattung vorkommenden AkteurInnen, über die Einführung eines Berufsheeres im Zeitraum von 1. bis 20. Jänner 2013, in den Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“ für ihre Position(en) an?

H2: Wenn Begründungen in der Berichterstattung angegeben werden, dann sind dies lediglich einfache Begründungen.

FF3: Welche Unterschiede gibt es bezüglich der Stellungnahme der vorkommenden AkteurInnen, zwischen der Berichterstattung der Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“ und den OTS Meldungen innerhalb des Zeitraumes von 1. bis 20. Jänner 2013?

H3: Je qualitativ hochwertiger die Tageszeitung ist, desto eher werden die OTS Meldungen mit der Berichterstattung übereinstimmen.

FF4: Inwieweit unterscheidet sich die Berichterstattung über die Einführung eines Berufsheeres in den Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“ anhand der Anzahl der geäußerten Zweifel, von den jeweiligen JournalistInnen im Zeitraum von 1. bis 20. Jänner 2013?

H4: Je qualitativ hochwertiger die jeweilige Tageszeitung ist, desto größer ist die Anzahl der journalistischen Zweifel.

FF5: Inwieweit unterscheidet sich die Berichterstattung über die Einführung eines Berufsheeres in den Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“, anhand der Themenschwerpunkte im Zeitraum von 1. bis 20. Jänner 2013?

H5: Wenn sich innerhalb der Bundesheerdebatte Themenschwerpunkte herauskristallisieren lassen, dann sind diese in allen drei Tageszeitungen gleich.

1.5. Aufbau der Magisterarbeit

Der Aufbau meiner wissenschaftlichen Arbeit setzt sich aus mehreren Kapiteln zusammen. So werde ich in Kapitel 2 das theoretische Fundament dieser Diplomarbeit erläutern. Welche Theorien und Konzepte liegen dem verständigungsorientierten bzw. diskursiven Journalismus zu Grunde?

Kapitel 3 beleuchtet das ausgewählte Fallbeispiel. Hier soll ein Überblick über die Problematik, von der Einführung eines Berufsheeres und eines bezahlten freiwilligen Sozialjahres oder der Beibehaltung der Wehrpflicht, gegeben werden. Dieses Kapitel soll zum besseren Verständnis der Debatte dienen. Aber auch die AkteurInnen SPÖ und ÖVP sollen nicht unerwähnt bleiben.

Kapitel 4 behandelt beschäftigt sich mit dem empirischen Teil dieser Diplomarbeit. Die ausgewählte Methodenwahl, nämlich die Inhaltsanalyse, das Untersuchungsmaterial als auch das Kategorienschema, werden in diesem Kapitel behandelt.

Dasselbe Kapitel beschreibt die Tageszeitungen, welche ich untersuchen werde. Betreffend der Unterschiede von Boulevard-, Mid Market Paper und Qualitätszeitung will ich einen kurzen Überblick schaffen. Schließlich gilt es auch die unterschiedliche Berichterstattung der ausgewählten Tageszeitungen zu untersuchen und miteinander zu vergleichen.

Im fünften Kapitel werden die Ergebnisse präsentiert und interpretiert. Selbstverständlich werden abschließend die Forschungsfragen beantwortet. Ein Fazit mit den wichtigsten Erkenntnispunkten findet hier genauso seinen Platz, wie ein Ausblick und abschließende Bemerkungen.

THEORETISCHER TEIL

2. Ein theoretisches Fundament

In diesem Teil der Arbeit sollen die theoretischen Ansätze, als auch Konzepte des verständigungsorientierten Journalismus erläutert werden.

Einleitend mit einem kleinen Exkurs über Verständigung an sich, folgen Erläuterungen über verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit und deren Grundbedingungen. Hierzu darf die *Theorie des kommunikativen Handelns* von Jürgen Habermas nicht unerwähnt bleiben.

Begriffe wie „Geltungsansprüche“ und „Diskurs“ werden erläutert und näher ausgeführt.

Ein weiterer Abschnitt handelt über journalistische Zweifel und Begründungen.

Auch die Nachrichtenwerttheorie mit besonderem Augenmerk auf die Nachrichtenfaktoren nach Winfried Schulz, wird hier ihren Platz finden.

2.1. Verständigung – ein sozialer Akt

Kommuniziert ein Mensch mit einem anderem, so handelt dieser sozial, da er sein kommunikatives Handeln an eine andere Person richtet.

In diesem Kapitel soll nun der intentionale Charakter dieser sozialen Handlung hervorgehoben werden. Es geht darum, welche Ziele oder welche möglichen Ziele des sozial Handelnden verfolgt werden. Dabei wird zwischen einer *allgemeinen Intention* und einer *speziellen Intention* unterschieden.

Dieser Begriff des kommunikativen Handelns ist zwar nicht konträr zum Begriffverständnis in der Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas, deckt diesen aber nicht vollständig ab.

Unter einer *allgemeinen Intention* versteht man, dass ein Mensch, der kommunikativ handelt, eine bestimmte Bedeutung mit seinem Gegenüber teilen will.⁹

„Dies wird auch deutlich, wenn man sich an die etymologische Bedeutung von `Kommunikation` erinnert: Das lateinische Verbum `communicare` wird gewöhnlich mit `gemeinsam machen`, `teilen`, `mitteilen`, `teilnehmen lassen` oder `Anteil haben` übersetzt. –Ganz in diesem ursprünglichen Sinn will hier auch `kommunikatives Handeln` verstanden werden: Ein kommunikativ handelnder Mensch will (mindestens einen) andere(n) an seinen zu vermittelnden Bedeutungen `Anteil haben` lassen.“¹⁰

Der Akt der Kommunikation zielt also auf das fortbleibende Ziel der Verständigung ab.¹¹

Versteht der Rezipient/die Rezipientin die Aussage des Kommunikators/der Kommunikatorin so, wie diese(r) sie auch gemeint hat, kann man von Verständigung sprechen.¹²

Handelt es sich bei der kommunikativ handelnden Person darum, dass diese ein bestimmtes Interesse durchsetzen will, spricht man von einer *speziellen Intention*. Beispielsweise kann der/die kommunikativ Handelnde sein/ihr Gegenüber darum bitten das Fenster zu schließen. Dieses Ziel versucht er/sie durch den menschlichen

⁹ Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/ Weimar. 2002. S. 25f.

¹⁰ Ebenda. S. 26.

¹¹ Vgl. Ebenda. S. 26.

¹² Vgl. Ebenda. S. 78.

Sprechakt zu verfolgen. Reagiert sein/ihr GesprächspartnerIn auf diese Aufforderung und schließt das Fenster, konnte der erste Sprecher/die erste Sprecherin sein/ihr Ziel erreichen und damit sein Interesse realisieren.¹³

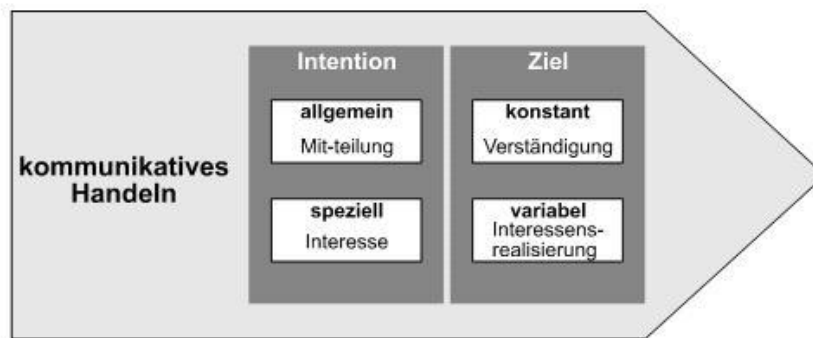


Abbildung 2: Kommunikatives Handeln¹⁴

Die Spaltung der beiden Ebenen kommunikativer Intentionalität soll aber auch veranschaulichen, dass der Mensch nicht nur aus Beweggründen der Verständigung heraus kommuniziert, sondern interessensgeleitend agiert. So kommunizieren wir nicht nur um das konstante Ziel der Verständigung zu erreichen, sondern auch um bestimmte Interessen realisieren zu können.¹⁵

¹³ Vgl. Ebenda. S. 25ff.

¹⁴ Wiest, Bernd: Kommunikation. Unter: <http://u0044193023.user.hosting-agency.de/bernd-wiest/index.php?id=118> (am 04.04.2014)

¹⁵ Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/ Weimar. 2002. S. 28f.

2.2. Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit

„Das Konzept einer `Verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit` (VÖA) wurde als Instrument zur Planung und Evaluierung von Public Relations entwickelt.“¹⁶

Nach Burkart zählt in der Wirtschaft nicht mehr nur das Geld, sondern Unternehmen müssen sich die Frage stellen, wie sie ihre Ziele vor der Gesellschaft verantworten bzw. ihre Entscheidungen gegenüber der Öffentlichkeit begreiflich machen können. Wirtschaftliches Handeln wird so, nach Burkart, eine immer stärker werdende Form von kommunikativem Handeln.¹⁷

2.2.1. Basis der Verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit

Als Ausgangspunkt des Konzeptes der Verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit (VÖA) dient Habermas und seine Theorie des kommunikativen Handelns. In dieser Theorie definiert er die Notwendigkeiten für Verständigung.

Eine Voraussetzung dafür ist die Kenntnis der KommunikationspartnerInnen über diese Notwendigkeiten, oder auch Geltungsansprüche genannt.

Diese wären Verständlichkeit, Wahrheit, Wahrhaftigkeit und Richtigkeit.

Unter Verständlichkeit versteht man, dass die KommunikationspartnerInnen eine gemeinsame Sprache sprechen bzw. beherrschen. Sie müssen eben „verständlich“ kommunizieren.

Desweiteren müssen die Gesprächsbeteiligten annehmen können, dass der jeweils andere die Wahrheit sagt und seine/ihre Aussagen der Wirklichkeit entsprechen.

Unter Wahrhaftigkeit versteht man „vertrauenswürdig“ zu sein. In einer Verständigung muss zum Ausdruck gebracht werden, dass man sein Gegenüber nicht täuschen will und seine Absichten klar formuliert.

¹⁶ Burkart, Roland: Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. S.17 – 38. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer B. Timon: Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2010. S. 17.

¹⁷ Vgl. Ebenda. S. 17.

Spricht Habermas von der Richtigkeit, so ist damit gemeint, dass der jeweilige Gesprächspartner/die jeweilige Gesprächspartnerin seine/ihre Absichten und/oder Interessen vertritt und diese von den anderen akzeptiert werden. Sie sehen es als legitim an, gleichzeitig werden weder ihre Werte noch Normen verletzt.

Werden diese Punkte erfüllt, spricht man von verständigungsorientierter Kommunikation. Es herrscht ein Einverständnis über die Gesprächsinhalte und der jeweils andere vertraut und akzeptiert die Aussagen des Gegenüberliegenden.¹⁸

Außerdem zählt als Voraussetzung von Verständigung, dass beide GesprächspartnerInnen wissen, dass die genannten Geltungsansprüche erhoben werden müssen. Beide KommunikationsteilnehmerInnen unterstellen sich gegenseitig die Geltungsansprüche berechtigterweise zu erheben und sind gleichzeitig davon überzeugt, dass die Geltungsansprüche schon eingelöst oder jeden Moment eingelöst werden können.¹⁹ Durch derartige Unterstellungen des kommunikativ Handelnden, bezieht sich jener/jene mit seinen/ihren Äußerungen auf drei verschiedenen Dimensionen der Wirklichkeit.²⁰

„Ungestört verläuft der Verständigungsprozess also nur dann, wenn die Wahrheit der thematisierten Gegenstände (=objektive Welt), die Wahrhaftigkeit bzw. Vertrauenswürdigkeit des Kommunikators (=subjektive Welt) und die Legitimität seines Interesses bzw. Vorhabens (=soziale Welt) nicht in Zweifel gezogen werden.“²¹

Werden ein oder zwei Geltungsansprüche in Zweifel gezogen und die Glaubwürdigkeit der Kommunikation damit in Frage gestellt, so muss mittels eines Diskurses die Kommunikation wieder „repariert“ werden.²²

Da sich die ideale Sprechsituation, nach Habermas, als kontrafaktisch erweist, werden zunächst angezweifelte Geltungsansprüche in Form von Fragen zum Thema gemacht. Von den vier Geltungsansprüchen können allerdings nur „Wahrheit“ und „Richtigkeit“ diskursiv eingelöst werden, daher seien nur diese beiden als Fragenbeispiele erwähnt.

¹⁸ Vgl. Ebenda. S. 19f.

¹⁹ Vgl. Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/ Weimar. 2002. S. 440.

²⁰ Vgl. Burkart, Roland: Public Relations als Konfliktmanagement. Ein Konzept für verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Untersucht am Fallbeispiel der Planung von Sonderabfalldeponien in Niederösterreich. Studienreihe Konfliktforschung 7. Wilhelm Braumüller Verlag: Wien. 1993. S. 22.

²¹ Burkart, Roland: Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. S.17 – 38. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer B. Timon: Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2010. S. 20.

²² Vgl. Ebenda. S. 19f.

Wird die Wahrheit der Aussage angezweifelt, so werden von dem Gegenüber Fragen, wie, „Ist das wirklich so?“, gestellt. „Warum ist das so?“.

Wird aber die Richtigkeit einer Aussage nicht recht geglaubt, so entstehen Fragen wie „Warum hast du das gemacht?“, oder „Wieso hast du nicht anders gehandelt?“.²³

Der Geltungsanspruch der Wahrhaftigkeit ist nicht diskursfähig. Dieser kann nicht, wie in den beiden oben gezeigten Fragestellungen, mit Argumenten eingelöst werden. Der kommunikativ Handelnde kann lediglich in der Konsequenz seiner Taten zeigen, dass er/sie das Gesagte auch so gemeint hat.²⁴

2.2.2. Das Ziel verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit hat als konkretes Ziel, zwischen dem PR-Träger und jenen Personen und/oder Gruppen, welche von der Interessensdurchsetzung betroffen sind, ein Einverständnis herzustellen, im Hinblick auf:

1) Die zu thematisierenden Gegenstände

Die wesentliche Aufgabe ist es, mit den Betroffenen zu einer Einigung zu kommen, was unter dem Thema selbst, welches es zu vertreten gilt, eigentlich zu verstehen ist. Nach der Theorie des kommunikativen Handelns, nach Habermas, geht es hier um die wechselseitige Anerkennung der Wahrheitsansprüche. Diese stammen aus dem Bereich der gemeinsamen Akzeptanz der objektiven Welt.

2) Das Vertrauen in die Organisation/Institution

Die Einigung mit den Betroffenen über die Vertrauenswürdigkeit der jeweils involvierten Organisation und/oder Institution bzw. deren Vertreter steht hier im Mittelpunkt. Nach Habermas kommt hier die wechselseitige Anerkennung der Wahrhaftigkeitsansprüche, der jeweiligen HandlungsträgerInnen präsentierten subjektiven Welt, zum Einsatz.

²³ Vgl. Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/ Weimar. 2002. S. 441.

²⁴ Vgl. Burkart, Roland: Public Relations als Konfliktmanagement. Ein Konzept für verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Untersucht am Fallbeispiel der Planung von Sonderabfalldeponien in Niederösterreich. Studienreihe Konfliktforschung 7. Wilhelm Braumüller Verlag: Wien. 1993. S. 24.

3) Die Legitimität der vertretenen Interessen

Das konkrete Ziel ist hier, mit den Betroffenen zu einem Konsens zu gelangen, der die Rechtmäßigkeit angeht, mit welcher die jeweiligen Interessen vertreten werden. Die wechselseitige Anerkennung der Richtigkeitsansprüche, nach Habermas, spielt hier eine große Rolle. Diese stammt aus dem Bereich der gemeinsamen Akzeptanz der sozialen Welt.

Dies bildet die Basis eines derartigen Konsenses. Darauf können Situationsdefinitionen ausgehandelt und Handlungspläne ausgebaut werden. Dies ist ebenso die Voraussetzung für eine gemeinsame oder zumindest eine mehrheitliche Entscheidung über das zukünftige Handeln bzw. das weitere Vorgehen.²⁵

Die folgende Grafik soll das eben Erläuterte visuell darstellen und zum besseren Verständnis dienen.

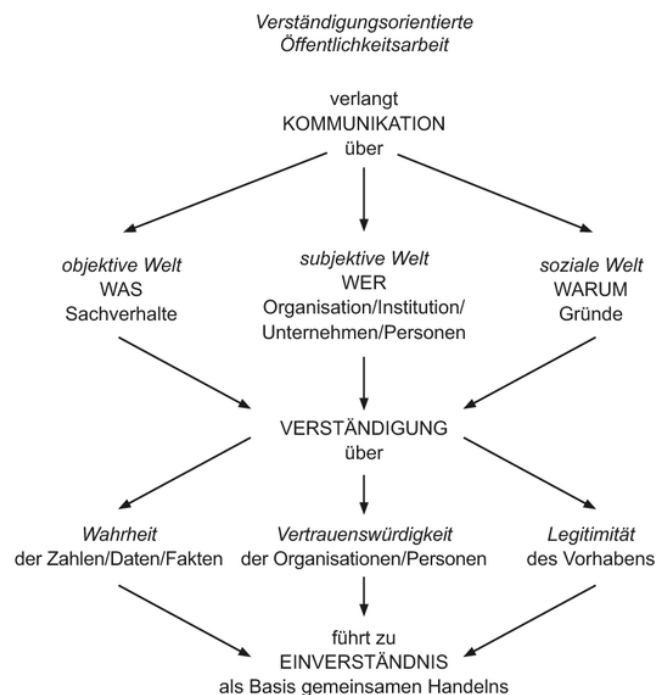


Abbildung 3: Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit²⁶

²⁵ Vgl. Burkart, Roland: Public Relations als Konfliktmanagement. Ein Konzept für verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Untersucht am Fallbeispiel der Planung von Sonderabfalldeponien in Niederösterreich. Studienreihe Konfliktforschung 7. Wilhelm Braumüller Verlag: Wien. 1993. S. 26f.

²⁶ Wirtschaftslexikon: Public Relations (PR) Unter: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/public-relations-pr.html> (am 04.04.2014)

Ein derartiges Einverständnis ist in der alltäglichen realen Kommunikation jedoch nicht die Norm. Diese Darstellung spiegelt vielmehr die Idealvorstellungen von Kommunikation wider, welche in der Realität kaum realisierbar sind. Diese Erläuterungen über verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit bereiten aber zumindest den Weg, wie die Erreichung dieses Zieles theoretisch und ansatzweise möglich ist.²⁷

Hierzu sei aber noch gesagt, dass bei Habermas Konflikte oder Dissens in der realen Welt nicht vorstellbar sind, sondern dass das Problematisieren der Geltungsansprüche und auch reflexives kommunikatives Handeln einen Konsens bzw. eine Entscheidung mit sich bringen sollen.²⁸

„Dem kommunikativen Handeln scheint das Dissensrisiko schon eingebaut, weil mit ihm Ja/Nein-Stellungnahmen zu Geltungsansprüchen untrennbar verbunden sind.“²⁹

2.3. Der Diskurs

*„Das Konzept ‘Diskurs’ steht für eine bestimmte, ideale Kommunikationspraxis. **Via Kommunikation sollen Problemlösungen für Konflikte bzw. strittige Fragen gesucht werden.** Der Diskurs wird von AkteurlInnen, die unterschiedlichen Subsystemen der Gesellschaft, z.B. der Wirtschaft, der Politik oder der Öffentlichkeit entstammen, als Konfliktlösungsinstrument betrachtet. Sie kommen zusammen und beginnen ihre Differenzen kommunikativ – durch Erörterungen und Verhandlungen – zu klären. Der Diskurs zielt so auf eine Konsensbildung unter den Teilnehmern ab.“³⁰*

„Daß (sic!) der Konsens das Ziel nicht nur von Diskursen, sondern von Verständigung überhaupt sei, diese Auffassung ist eine der Konstanten in Habermas` Theorie.“³¹

²⁷ Vgl. Ebenda. S. 28.

²⁸ Vgl. Bonacker, Thorsten: Kommunikation zwischen Konsens und Konflikt. Möglichkeiten und Grenzen gesellschaftlicher Rationalität bei Jürgen Habermas und Niklas Luhmann. Bibliotheks- und Informationssystem: Universität Oldenburg. 1997. S. 42.

²⁹ Ebenda. S. 42.

³⁰ Wiedemann, M. Peter/ Nothdurft, Werner: Alle Macht den Diskursen? Über Mißverständnisse von Diskursen am Beispiel von umweltbezogenen Mediationsverfahren. S. 175-188. In: Köberle, Sabine/ Gloede, Fritz/ Hennen, Leonhard (Hrsg): Diskursive Verständigung? Mediation und Partizipation in Technikkontroversen. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. 1997. S. 175.

³¹ Becker, Michael: Verständigungsorientierte Kommunikation und rechtliche Ordnung. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. 2003. S. 47.

Wie im letzten Kapitel schon erwähnt, setzt der Diskurs dann ein, wenn eine „gestörte“ Kommunikation durch gute Begründungen wiederhergestellt werden soll. Im Diskurs werden also die Zweifel an den Geltungsansprüchen selbst zum Thema. Um diese Zweifel zu beseitigen, müssen die Kommunikationspartner durch gute Argumente ihr Gegenüber von der Wahrheit, Wahrhaftigkeit, Richtigkeit und Verständlichkeit ihrer Aussagen überzeugen.³²

„Diskurs bzw. Diskursprinzip, wonach legitime (Handlungs-)Normen die ‘Zustimmung aller von ihnen Betroffenen finden können müssen’, waren ihrerseits durch die ‘ideale Sprechsituation’ charakterisiert, die die Akzeptabilität von Geltungsansprüchen an bestimmte Bedingungen gebunden hatte. Dazu gehörten insbesondere die gleiche Chance der Kommunikationsteilnehmer, Diskurse zu eröffnen und darin Geltungsansprüche zu begründen oder zu widerlegen.“³³

Habermas setzt bei Austin und Searle an, zwei angelsächsische Sprechaktphilosophen und nimmt den Sprechakt als wichtige Komponente des kommunikativen Handelns heraus.³⁴

Da er den Sprechakt als wichtigste Analyseeinheit auffasst, stellt er die pragmatische Sprach- bzw. Zeichendimension in den Mittelpunkt. Erst durch diese Dimension können sprachliche Äußerungen erfasst und die Bedingungen von Kommunikation festgelegt werden.³⁵

Der Spalt zwischen dem Behaupten von Geltungsansprüchen und der Übereinstimmung der Kommunikationspartner ist der Diskurs. Dieser versteht sich als institutionelles Umfeld zur Analyse bzw. Prüfung der Geltungsansprüche. Der „zwanglose Zwang des besseren Argumentes“ muss innerhalb dieses Gefüges gewährleistet sein. Dies setzt auch voraus, dass alle KommunikationsteilnehmerInnen dieselbe Chance haben einen Diskurs zu beginnen und auch weiterführen zu können. Die eigenen oder die Geltungsansprüche der anderen zu kritisieren, argumentieren oder gar widerlegen zu können. Desweiteren sollen sie repräsentative Sprechakte

³² Vgl. Burkart, Roland: Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. S.17 – 38. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer B. Timon: Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2010. S. 20.

³³ Becker, Michael: Verständigungsorientierte Kommunikation und rechtliche Ordnung. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. 2003. S. 194.

³⁴ Vgl. Burkart, Roland: Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. S.17 – 38. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer B. Timon: Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2010.S. 436.

³⁵ Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/ Weimar. 2002. S. 436.

verwenden können. Also Sprechakte, die auf die Innenwelt der SprecherInnen bezogen sind. Ebenso regulative Sprechakte, sprich verallgemeinerungsfähige Handlungsnormen betreffende Sprechakte verwenden können.³⁶

2.3.1. Diskursive Kommunikation

Im Diskurs/ Konsens – Modell von Kommunikation wird „gestörte“ Kommunikation als überwunden angesehen. Dort erfolgen Geltungsbegründungen von Aussagen und Überprüfung von Legitimität von Entscheidungen in Kommunikationsprozessen, wobei alle GesprächsteilnehmerInnen chancengleich sind. Die TeilnehmerInnen müssen in einem Diskurs in der Lage sein, ihre Meinung/Position klar und vollständig zu erläutern, diese ihrem/ihrer GesprächspartnerIn verständlich machen und ihre Geltung begründen. Alltägliche Kommunikation funktioniert aber nicht immer nach theoretischen Voraussetzungen.

Durch unterschiedliche Interessen der GesprächsteilnehmerInnen, ihre Vorurteile, strategische Zwecksetzungen und Wahrnehmungsstereotype gerät Kommunikation häufig ins „Rauschen“ bzw. führt dies zu einer gestörten Kommunikation. Der Diskurs jedoch gilt als „rauschfrei“. Daher werden Suggestion, Einfluss und Macht aus dem Diskurs verbannt und allen Beteiligten wird es ermöglicht die anderen GesprächsteilnehmerInnen zu verstehen und ihre Positionen zu überprüfen. Entscheidungen sollen ausschließlich durch Verstehensprozesse und überzeugtem Einverständnis aller TeilnehmerInnen zustandekommen.³⁷

³⁶ Vgl. Becker, Michael: Verständigungsorientierte Kommunikation und rechtliche Ordnung. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. 2003.S. 47f.

³⁷ Vgl. Wiedemann, M. Peter/ Nothdurft, Werner: Alle Macht den Diskursen? Über Mißverständnisse von Diskursen am Beispiel von umweltbezogenen Mediationsverfahren. S. 175-188. In: Köberle, Sabine/ Gloede, Fritz/ Hennen, Leonhard (Hrsg): Diskursive Verständigung? Mediation und Partizipation in Technikkontroversen. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. 1997. S. 182.

2.3.2. Verständigung – Diskurs – Journalismus: Eine Zusammenkunft

Burkart äußert in seinem Aufsatz „Von verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit zum diskursiven Journalismus“ den Gedanken, dass sich mit der Veränderung der Öffentlichkeitsarbeit auch ein Wandel im Journalismus stattfinden kann. Dies lässt sich einfach dadurch erklären, dass beide Komponenten auf die jeweils andere angewiesen sind. So braucht die Public Relations den Journalismus um die mediale Berichterstattung beeinflussen zu können. Jedoch braucht der Journalismus die Public Relations genauso. So bekommen die JournalistInnen kostenloses Material für ihre Berichterstattungen.³⁸ Würde die Public Relations die Berichterstattungen dominieren, würden JournalistInnen keine eigenständigen Recherchen betreiben.³⁹

Wichtig dabei zu sagen ist, dass Public Relations nicht auf Medienarbeit reduziert werden soll. Jedoch sind Massenmedien für PR-Maßnahmen von großer Bedeutung.⁴⁰ Aber dies sei nur am Rande erwähnt.

Habermas geht von einer kontrafaktischen Chancengleichheit während des Sprechaktes aus. Die Dialogrollen sind somit gleich verteilt und die zu diskutierenden Interessen können über eine 'rational motivierte Auseinandersetzung' erfolgen. Habermas legt seine kommunikative Theorie auf die demokratische Öffentlichkeit um und kommt zu dem Schluss, dass die politische Öffentlichkeit den Raum bietet, um gesellschaftliche Konfliktfragen zu lösen. Dieser Raum soll zu einer rationalen Auseinandersetzung und Klärung genutzt werden. Habermas stellt dazu zwei Bedingungen: erstens eine allgemeine Zugänglichkeit und zweitens eine rationale Diskussion.⁴¹

³⁸ Vgl. Burkart, Roland: Von verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit zum diskursiven Journalismus. In: Duchkowitsch, Wolfgang/ Hausjell, Fritz/ Hömberg, Walter/ Kutsch, Arnulf/ Neverla, Irene: Journalismus als Kultur. Analysen und Essays. Westdeutscher Verlag: Opladen/ Wiesbaden. 1998. S. 163f.

³⁹ Vgl. Baerns, Barbara: Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluß im Mediensystem. Verlag Wissenschaft und Politik: Köln. 1985. S. 43f.

⁴⁰ Vgl. Burkart, Roland: Von verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit zum diskursiven Journalismus. In: Duchkowitsch, Wolfgang/ Hausjell, Fritz/ Hömberg, Walter/ Kutsch, Arnulf/ Neverla, Irene: Journalismus als Kultur. Analysen und Essays. Westdeutscher Verlag: Opladen/ Wiesbaden. 1998. S. 163f.

⁴¹ Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/ Weimar. 2002. S. 528.

Hier seien die Begriffe kurz erklärt: Unter einer allgemeinen Zugänglichkeit versteht man, dass niemand von der Entscheidungsfindung ausgeklammert wird. Dies bedeutet, dass alle betroffenen AkteurInnen eingebunden sind. Realistisch gesehen, kann jedoch nicht jeder Bürger/jede Bürgerin an jeder Entscheidungsfindung teilnehmen. Hierzu fehlt der Überblick aller Themen und auch der Zeitaufwand bzw. Kostenaufwand, um alle Informationen zu beschaffen. An dieser Stelle kommen die JournalistInnen zum Einsatz. Ihre Aufgabe ist es, eine gewisse Anzahl an Themen hervorzubringen und es den BürgerInnen zu ermöglichen „mitzureden“. Der politische Journalismus ist daher für allgemeine Zugänglichkeit verantwortlich.

Unter dem Begriff rationale Diskussion ist eine vernünftige und gut argumentierte Auseinandersetzung gemeint. Die Berichterstattung soll nicht manipulieren, sondern informieren.

Beide Komponenten bringen, nach Habermas dann eine „kritische Publizität“ hervor, die wiederum eine „manipulative Publizität“ ersetzen soll.⁴²

Burkart stützt sich an den Theorien und Annahmen von Habermas und äußert den Gedanken, Journalismus als diskursives Verfahren zu etablieren. Journalismus ist demnach als eine Plattform zu begreifen, auf der sich unterschiedliche Interessen und Meinungen begegnen und Auseinandersetzungen für die breite Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Die Aussage von Burkart basiert auf den Ergebnissen der „Münchener Schule“ der Zeitungswissenschaft, welche ⁴³ „die Journalisten zu *‘Gesprächsanwälten der demokratischen Gesellschaft’ ernannte.*“⁴⁴

Hierzu wurde betont, dass JournalistInnen in diesem Sinne nicht nur als Meinungsvermittler anderer zu begreifen sind, sondern auch selbst zu Meinungsäußern, zu *‘Anwälten der Stummen’* - jene die selbst nicht zu Wort kommen - zu verstehen sind.

Wie oben schon erwähnt, ist es utopisch anzunehmen, dass jeder Bürger/jede Bürgerin die Möglichkeit hat, an solchen Diskursen teilzunehmen und eine aktive Rolle einzunehmen. Daher hat der Journalist/die Journalistin die Aufgabe, die „stummen“ BürgerInnen zu vertreten und deren zu vermutenden Zweifel zu äußern. Rückt der/die

⁴² Vgl. Ebenda. S. 528f.

⁴³ Vgl. Burkart, Roland: Von verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit zum diskursiven Journalismus. In: Duchkowitsch, Wolfgang/ Hausjell, Fritz/ Hömberg, Walter/ Kutsch, Arnulf/ Neverla, Irene: Journalismus als Kultur. Analysen und Essays. Westdeutscher Verlag: Opladen/ Wiesbaden. 1998.S. 169.

⁴⁴ Ebenda. S. 169.

JournalistIn die anzunehmenden Befürchtungen der BürgerInnen ins Zentrum und eröffnet den Diskurs, so kann dies nur geschehen, wenn er die Wahrheit der Aussagen hinterfragt und auch die Wahrhaftigkeit/ Vertrauenswürdigkeit, der zu Wort kommenden AkteurInnen und auch die gesetzliche Richtigkeit der Intentionen jener KommunikatorInnen oder auch Institutionen, in Frage stellt und reflektiert. Durch die Veröffentlichung dieser Reflexionen wird der Journalist/die JournalistIn auch „Diskurs-Anwalt` der Gesellschaft genannt.“⁴⁵

*„Er tritt an die Stelle von jedermann/jederfrau in den Diskurs mit jenen ein, die die Zustimmung und das Vertrauen einer Gruppe (oder der gesamten Bevölkerung) suchen – und in einer Demokratie auch suchen müssen. Erst unter diesen Umständen agiert er verständigungsorientiert im hier gemeinten Sinn.“*⁴⁶

Aus dieser Sichtweise wird der Journalist/die Journalistin zum professionellen Zweifler an den Geltungsansprüchen, nach Habermas. Burkart fasst zusammen und kommt zu dem Schluss, dass verständigungsorientierter Journalismus mit diskursivem Journalismus gleichzusetzen ist.⁴⁷

2.3.3. Diskursive Berichterstattung und ihre Merkmale

Handelt es sich um diskursiven Journalismus, so formuliert Brosda einige Leistungen, welche JournalistInnen gegenüber der Gesellschaft zu erbringen haben.

Erstens schaffen JournalistInnen durch die Aufbereitung einer Plattform, welche es den BürgerInnen ermöglicht zu kommunizieren, eine soziale Verständigung. Eine soziale Orientierung entsteht durch journalistischen Reflexion und sorgfältiges Hinterfragen. JournalistInnen ermöglichen den BürgerInnen ebenso eine soziale Teilhabe am Geschehen, indem sie ihre kommunikativen Fähigkeiten regelmäßig aktivieren und fordern.

Brosda bezeichnet JournalistInnen demnach als⁴⁸ *„Anwälte des gesellschaftlichen Diskurses“*⁴⁹, welche durch die Veröffentlichung von gesellschaftlich relevanten

⁴⁵ Vgl. Ebenda. S. 170.

⁴⁶ Ebenda. S. 170.

⁴⁷ Vgl. Ebenda. S.171.

⁴⁸ Brosda, Carsten: Diskursiver Journalismus. Journalistisches Handeln zwischen kommunikativer Vernunft und mediensystemischem Zwang. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2008. S.377.

Themen, auch deren Teilnahme ermöglichen. Denn nach Brosda ist Vermittlung auch gleich die Teilnahme am Prozess.

Wenn JournalistInnen mit AnwältInnen gleichgesetzt werden, ist dieses so zu verstehen, dass sie nicht als AnwältInnen in diesem Sinne fungieren, sondern vielmehr den Bedingungen der Möglichkeit zur Schaffung von Diskursen unterliegen. Des Weiteren ist es ihre Aufgabe, die Geltungsansprüche, nach Habermas, zu überprüfen bzw. eine Wissensvermittlung für das Publikum zu schaffen, damit jene dies selbst tun können. Zudem haben JournalistInnen die Möglichkeit, Menschen, denen es aufgrund mangelnder Ressourcen verwehrt ist am Diskurs teilzunehmen, eine Teilnahme zu gewährleisten. JournalistInnen sind in der Lage eigene Zweifel und auch Zweifel der BürgerInnen zu äußern und somit einen Diskurs zu eröffnen.

Journalistische Involviertheit bedeutet zeitgleich auch journalistisches Verstehen. Demnach beziehen JournalistInnen in einer diskursiven Berichterstattung auch notwendigerweise Stellung zu den Themen. Eine vollkommene Distanz zu der Berichterstattung ist faktisch auch gar nicht möglich, da sie eine Unverantwortlichkeit mit sich tragen würde, die nicht erklärt werden kann.⁵⁰

2.4. Die Rolle von JournalistInnen in der verständigungsorientierten Berichterstattung

Burkart hat zusammen mit Russmann und Grimm einen „Verständigungsorientierungs-Index“ (VOI) entwickelt. Burkart et.al. sind der Meinung, dass `Journalistische Selbstregulierung´ Richtlinien zur Überprüfung von journalistischen Produkten braucht⁵¹, um den Grad an Verständigungsorientierung anhand eines theoretischen Konzeptes, in Berichterstattungen messen zu können.⁵²

⁴⁹ Ebenda. S. 377.

⁵⁰ Vgl. Ebenda. S. 377f.

⁵¹ Vgl. Burkart, Roland/ Russmann, Uta/ Grimm, Jürgen: Wie verständigungsorientiert ist Journalismus? Ein Qualitätsindex am Beispiel der Berichterstattung über Europa im Österreichischen Nationalratswahlkampf 2008. In: Pöttker, Horst/ Schwarzenegger, Christian: Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Köln: Harlem Verlag. 2010. S.256.

⁵² Vgl. Ebenda. S.277.

Die Richtlinien, zur Überprüfung jener medialen Produkte, werden aus der Sichtweise einer deliberativen Demokratie von dem Kommunikationsprinzip >Verständigung<, festgemacht.

Ein verständigungsorientierter und zugleich öffentlicher Diskurs vermittelt nicht nur die Positionen der vorkommenden AkteurInnen, sondern publiziert auch deren Begründungen, sowie Lösungsvorschläge. Die AkteurInnen leben ein respektvolles miteinander und äußern Zweifel an Standpunkten und Begründungen.⁵³

„Wahlkämpfe sind intensive Phasen von Konfliktkommunikation, in denen strittige Fragen von politischen Akteuren öffentlich thematisiert werden. Der Journalist wird in diesem Kontext als >Anwalt des öffentlichen Diskurses< positioniert, der die Debatte zu öffentlichen Streitfragen wiedergibt und dadurch zugleich auch mitgestaltet.“⁵⁴

Journalisten haben die Aufgabe politisch handelnden AkteurInnen nicht nur Raum, sondern auch Platz für Wort und Stimme zu geben. Journalisten vermitteln aber nicht nur, auch sie sind handelnde AkteurInnen, welche die Freiheit haben ihre Meinung zu äußern und kommunikativ zu werden.

Burkart et.al. unterscheidet hier zwei Perspektiven. Zum einen die >politische Perspektive<, welche den JournalistInnen veranlasst die Meinung der politischen AkteurInnen nur wiederzugeben und zum anderem die >journalistische Perspektive<, in welcher der Journalist/die Journalistin eine kritische Position gegenüber den AkteurInnen einnimmt und Meinungsäußerungen hinterfragt und reflektiert.⁵⁵

Vorraussetzung für einen verständigungsorientierten öffentlichen Diskurs ist natürlich das Interesse des Gemeinwesens, dass die BürgerInnen mit entsprechender politischer Information beliefert werden. Hierzu müssen entsprechende Vorkehrungen geschaffen werden, um den/die einzelne(n) BürgerIn mit Wissen zu versorgen. Für die Meinungsbildung der BürgerInnen ist ein gut informierender als auch reflektierender Journalismus die Basis.⁵⁶

„Demokratisch organisierte Gesellschaften sind auf Journalismus angewiesen. Journalisten werden in diesem öffentlichen Raum gern als (...) >Gesprächsanwälte<

⁵³ Vgl. Ebenda. S.256f.

⁵⁴ Ebenda. S.256.

⁵⁵ Vgl. Ebenda. S.260.

⁵⁶ Vgl. Ebenda. S.257.

(...) und >nicht zuletzt als Wortführer jener `sprachlosen´ Massen (...) positioniert, (...)⁵⁷

Auch Pavlova ist der Meinung, dass JournalistInnen folgende Aufgabe haben: „Sie beobachten aufmerksam alle Prozesse, die ihre >Mandanten< betreffen, komprimieren komplexe Zusammenhänge und nutzen ihre beruflichen Möglichkeiten und ihr Gespür für die Dissonanz zwischen politischen Entscheidungen und den Einstellungen und Meinungen ihrer Rezipienten, um das >Unzugängliche< öffentlich zu diskutieren.“⁵⁸

Nicht jeder Bürger/jede Bürgerin wird sich für politische Ereignisse interessieren. Dies ist auch nicht Thema dieser Debatte. Jedoch ist Journalismus die unwiderlegte Voraussetzung zur Meinungsbildung von BürgerInnen. Inwieweit diese Plattform von dem Einzelnen benutzt wird, spielt hier keine Rolle. Wichtig ist, dass jeder Bürger/jede Bürgerin die Möglichkeit hat sich zu informieren. Diese Plattform bzw. journalistische Produkte werden durch gewisse Richtlinien kontrolliert und beurteilt.

Nach Burkart et.al. liegt das Hauptaugenmerk zur publizistischen Selbstkontrolle bei der Qualität der medialen Berichterstattung. In dieser Qualitätsdebatte verweisen die Autoren auf Ruß-Mohl und die Schwierigkeit von der Festmachung von Qualität im Journalismus. Dennoch müssen gewisse Werte vorgegeben sein, welchen das journalistische Produkt am Ende entsprechen soll.⁵⁹

2.5. EXKURS:

Da ich im Zuge dieser Arbeit drei verschiedene Tageszeitungen miteinander vergleiche, bringe ich einen kurzen Ausschnitt der Qualitätsdebatte in dieses Kapitel ein. Gibt es eine Definition von journalistischer Qualität und wie sinnvoll ist diese bei drei so unterschiedlichen Medien?

⁵⁷ Ebenda. S. 257.

⁵⁸ Pavlova, Zlatka: Öffentlichkeitsarbeit und diskursiver Journalismus. Instrumente zur Förderung der Diskursivität in der politischen Kommunikation. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer B. Timon: Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2010. S. 183-208. S. 200.

⁵⁹ Vgl. Burkart, Roland/ Russmann, Uta/ Grimm, Jürgen: Wie verständigungsorientiert ist Journalismus? Ein Qualitätsindex am Beispiel der Berichterstattung über Europa im Österreichischen Nationalratswahlkampf 2008. In: Pöttker, Horst/ Schwarzenegger, Christian: Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Köln: Harlem Verlag. 2010. S. 257f.

Viele unterschiedliche Theorien beschreiben dasselbe Thema und kommen zu keinem Konsens. Was Qualität auszeichnet und wie man diese messen kann, konnte einheitlich nicht geklärt werden.

2.5.1. Qualität im Journalismus

Unter dem Begriff „Qualität“ wird die Beschaffenheit einer Sache verstanden. Die Gesamtheit der Eigenschaften eines z.B. journalistischen Produkts, wird durch den Grad seiner Brauchbarkeit für den angesetzten Verwendungszweck bestimmt.⁶⁰

Spricht man jedoch von Qualität im Journalismus, so finden sich leider keine eindeutigen Definitionen. Stephan Ruß-Mohl zitiert Wolf Schneider, der Qualität mit Qual gleichsetzt. Die Frage was journalistische Qualität überhaupt ist, lässt sich nicht kurz beantworten. Nach Ruß-Mohl lässt sich Qualität nicht eindimensional definieren. Die Vielfalt der Qualitäten kann man jedoch als Qualitätsmerkmal von Journalismus verbuchen. Qualität ist an gewisse Standards von Professionalität geknüpft. Standards, wie sie auch im Kodex des Presserates zu finden sind und deren Erfüllung sich kontrollieren lässt. Die Erfüllung aller Regeln erzeugt aber noch lange kein ordentliches journalistisches Produkt. Journalismus erfordert neben Handwerk auch Kreativität. Objektive Maßstäbe zur Bewertung dieser Dimension zu finden, ist sehr schwierig, wenn nicht sogar unmöglich.⁶¹

„Auch in der publizistischen Qualitätssicherung gilt, daß (sic!) man nur Vergleichbares miteinander vergleichen sollte.“⁶²

Nach Ruß-Mohl macht es keinen Sinn die publizistische Qualität der „Bild-Zeitung“ mit der der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ zu vergleichen. Diese Zeitungen spielen in einer jeweils anderen Liga und hier über Qualitätsjournalismus zu diskutieren macht keinen Sinn.⁶³

⁶⁰ Vgl. Vowe, Gerhard: Qualitätssicherung im Journalismus – das Beispiel der Boulevardpresse. Eine Materialsammlung. Abschlusssseminar. Berlin. 1992. S. 10.

⁶¹ Vgl. Ruß-Mohl, Stephan: Anything goes? Ein Stolperstein und sieben Thesen zur publizistischen Qualitätssicherung. In: Reiter, Sibylle/ Ruß-Mohl, Stephan: Zukunft oder Ende des Journalismus? Medienmanagement – Publizistische Qualitätssicherung – Redaktionelles Marketing. Verlag Bertelsmann Stiftung: Gütersloh. 1994. S. 20-28. S. 20ff.

⁶² Ebenda. S. 23.

⁶³ Vgl. Ebenda. S.23.

So macht es auch keinen Sinn über ein Boulevardmedium, „Die Kronen Zeitung“, ein Mid Market Paper, der „Kurier“ und ein Qualitätsmedium, „Die Presse“ zu debattieren. Ich kann zwar die, wenn überhaupt, unterschiedliche Berichterstattung über die Volksbefragung „Berufsheer ja oder nein“ beschreiben, aber nicht anhand von festen Qualitätskriterien bzw. eines allgemeinverbindlichen Maßstabes, miteinander vergleichen.

Harald Rau versteht journalistische Qualität als etwas kaum zu Fassendes. Er geht noch weiter – eine einheitliche Begriffsbildung sei noch nicht einmal in Sicht, ob in der Praxis oder in den Kommunikationswissenschaften.⁶⁴

Auch Stephan Ruß-Mohl beschrieb 1992, dass sich die Definition von Qualität im Journalismus mit dem Ausspruch „den Pudding an die Wand nageln“ vergleichen lässt. 2005 schreibt er in dem Aufsatz, gemeinsam mit Barbara Held, dass sich journalistische Qualitätskriterien eben doch festmachen und damit überprüfen lassen. Weiter spricht er von vier unterschiedlichen Verfahrensweisen der Qualitätsmessung, jedoch lassen sich gegen alle vier Messmethoden ernsthafte Einwände finden. Beide AutorInnen sind der Meinung, dass es gar nicht nötig sei, Qualität wissenschaftlich genau festzumachen. Publizistische Qualität ist außerdem nichts Statisches, sondern als etwas zu sehen, dass sich ständig entwickelt. Um Qualität zu erreichen ist ein stetiger öffentlicher und fachöffentlicher Diskurs über Journalismus und publizistische Qualität nötig. Somit würden JournalistInnen qualitätsbewusster arbeiten und die RezipientInnen Qualität einfordern. Publizistische Qualität lässt sich demnach am besten sichern, wenn Medienjournalismus als Ideen- und Gedankenaustausch der MedienschafferInnen sowohl untereinander, als auch zwischen MedienexpertInnen und ihren RezipientInnen, gesehen wird.⁶⁵

Auch Detlef Schröter beschreibt Handwerksregeln für Qualität im Journalismus in seinem Buch „Qualität und Journalismus“. Doch auch wenn die Wissenschaft Qualitätskriterien für die Überprüfung bereitstellt, so ist zu erwarten, dass die journalistische Praxis anders aussieht. Schröter nennt hier auch den hektischen Arbeitsalltag der JournalistInnen als einen von vielen Gründen, dass

⁶⁴ Vgl. Rau, Harald: Don Quijote oder der Kampf der Journalisten mit dem Pudding. Die Qualitätsdebatte unter dem Journalismus-Begriff nach Haller in einer Ökonomie der Publizistik. In: Fasel, Christoph (Hg.): Qualität und Erfolg im Journalismus. UKV Verlagsgesellschaft: Konstanz. 2005. S. 65.

⁶⁵ Vgl. Ruß-Mohl, Stephan/ Held, Barbara: Qualitätsmanagement als Mittel der Erfolgssicherung. Erfahrungen – Probleme – Perspektiven. In: Fasel, Christoph (Hg.): Qualität und Erfolg im Journalismus. UKV Verlagsgesellschaft: Konstanz. 2005. S. 56ff.

Qualitätskriterien⁶⁶, wie Richtigkeit und Vollständigkeit⁶⁷ nicht (zur Gänze) eingehalten werden können.⁶⁸

„Das Schöne am Leben wie am Journalismus ist ja bekanntlich, daß (sic!) es viele Darbietungen gibt, die man sowohl auf die eine als auch die andere Weise sehen kann ...“⁶⁹

2.6. Die Messung von verständigungsorientierter Berichterstattung

„In der Idealvorstellung von einer funktionierenden Demokratie beteiligen sich alle Bürgerinnen und Bürger einer Gesellschaft am politischen Entscheidungsprozeß (sic!). Dazu gehört, dass der Diskurs über politische Streitfragen öffentlich ausgetragen wird, mit dem Ziel einer grundsätzlichen Verständigung über das beratschlagte Problem an dessen Ende eine Lösung stehen sollte. Idealerweise in Form eines Konsens.“⁷⁰

Wie Verständigungsorientierung in der Berichterstattung messbar gemacht werden soll, sollen nun die einzelnen Dimensionen und dann der Gesamtindex zeigen.

⁶⁶ Vgl. Schröter, Detlef: Qualität und Journalismus. Theoretische und praktische Grundlagen journalistischen Handelns. Band 1. Verlag Reinhard Fischer: München. 1995. S.68f.

⁶⁷ Vgl. Verein Medienpreis Aargau/ Solothurn: Journalistische Qualitätskriterien. Unter: <http://www.medienpreis-agso.ch/?rub=9&id=8> (am 24.01.2014).

⁶⁸ Vgl. Schröter, Detlef: Qualität und Journalismus. Theoretische und praktische Grundlagen journalistischen Handelns. Band 1. Verlag Reinhard Fischer: München. 1995. S.68f.

⁶⁹ Schröter, Detlef: Qualität und Journalismus. Theoretische und praktische Grundlagen journalistischen Handelns. Band 1. Verlag Reinhard Fischer: München. 1995. S.68f. Zitiert nach: Riehl-Heyse, Herbert: Bestellte Wahrheiten. Anmerkungen zur Freiheit eines Journalistenmenschen. München. 1989, S.52.

⁷⁰ Rußmann, Uta: Verständigungsorientierte Kommunikationsprozesse in der öffentlichen politischen Diskussion. Das VÖA-Modell in der Wahlkampfkommunikation. In: Hömber, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer, B. Simon: Kommunikation und Verständigung. Theorie-Empirie-Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2010. S. 171.

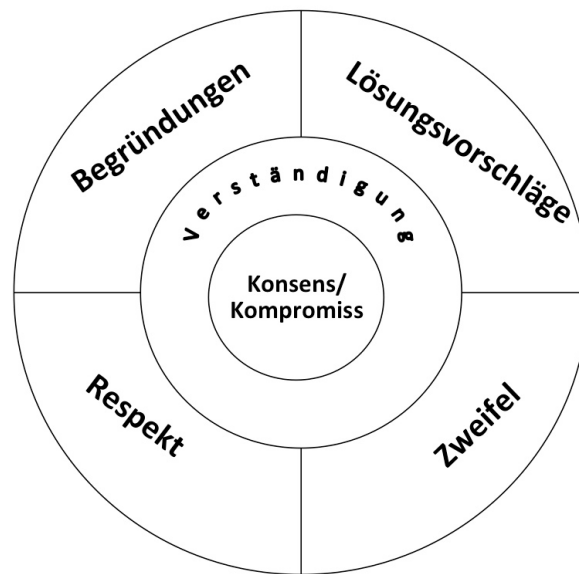


Abbildung 4: Die Messung von verständigungsorientierter Berichterstattung⁷¹

Die oben stehende Grafik lässt die Indikatoren Begründungen, Lösungsvorschläge, Zweifel und Respekt für „journalistische Verständigungsqualität“ erkennen, welche Burkart und Kollegen anhand der ⁷² „verständigungsorientierten Perspektive journalistischen Handelns entwickelt haben.“⁷³

„Der Grad an >Verständigungsorientierung< einer Berichterstattung kann variieren. Er ist umso höher,

- *je mehr Beiträge ‘begründete Positionsbekundungen’ enthalten und je anspruchsvoller diese Begründungen sind,*
- *je mehr ‘Lösungs- und/oder Vermittlungsvorschläge’ die Beiträge enthalten und je konkreter diese Vorschläge sind,*
- *je ‘respektvoller’ die Akteure miteinander umgehen und je häufiger dies der Fall ist und*

⁷¹ Burkart, Roland/ Russmann, Uta/ Grimm, Jürgen: Wie verständigungsorientiert ist Journalismus? Ein Qualitätsindex am Beispiel der Berichterstattung über Europa im Österreichischen Nationalratswahlkampf 2008. In: Pöttker, Horst/ Schwarzenegger, Christian: Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Köln: Harlem Verlag. 2010. S. 266.

⁷² Vgl. Ebenda. S.266.

⁷³ Ebenda. S. 266.

- je `diskursiver' die Beiträge gestaltet sind, d.h. je häufiger Zweifel an kommunikativen Geltungsansprüchen artikuliert werden.⁷⁴

Hier seien die Qualitätsmerkmale kurz vorgestellt:

Begründungsniveau: Handelnde AkteurInnen wollen ihr Publikum mit gut begründeten Argumenten von ihrer Meinung überzeugen. Sie haben als Ziel, dass man ihren Standpunkt als vernünftig ansieht. Meinungen und Handlungen als auch Ziele werden in der Norm dann als vernünftig betrachtet, wenn man sie begründen kann.⁷⁵
„Wenn Journalismus also stimulierende und orientierende Kraft zur Befriedigung kollektiver Legitimitätsbedürfnisse sein soll, dann liegt ein zentrales Qualitätsmerkmal verständigungsorientierter journalistischer Berichterstattung zuallererst im Vorhandensein von Begründungen für Handlungen und/oder geäußerte Positionen.“⁷⁶

Lösungsvorschläge: Auf den politischen Diskurs bezogen, versteht man unter dem Qualitätsmerkmal „Lösungsvorschläge“, dass unterschiedliche politische AkteurInnen mit verschiedenen Ideen zur Konfliktbewältigung in die Berichterstattung integriert und ihre Meinungen damit öffentlich bzw. nachvollziehbar gemacht werden. Das Hauptaugenmerk rückt zunächst auf die Frage, ob jene AkteurInnen überhaupt Lösungsvorschläge aufzählen können, um allfällige Probleme aus der Welt zu schaffen.⁷⁷

Respekt: Respekt wird als ein weiteres essentielles Element diskursiver Politik angesehen. Respekt bezieht sich hier auf die repräsentativ sozialen Gruppen, besprochene Forderungen und oppositionelle Argumente. Wie auch schon bei Habermas erwähnt, soll man den sozialen Gruppen mit Respekt gegenübertreten. Andere DiskursteilnehmerInnen nehmen eine weniger wichtigere Stellung ein als die sozialen Gruppen. Denn genau diese sollen repräsentativ und damit gehört werden. Gemessen wird auch, ob die Diskursbeteiligten die Forderungen der anderen respektieren und wie die Reaktion auf Gegenargumente ausfällt.⁷⁸

⁷⁴ Ebenda. S.266.

⁷⁵ Vgl. Ebenda. 261.

⁷⁶ Ebenda. S. 261.

⁷⁷ Vgl. Ebenda. S.262.

⁷⁸ Vgl. Spörndli, Markus: Diskurs und Entscheidung. Eine empirische Analyse kommunikativen Handelns im deutschen Vermittlungsausschuss. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2004. S. 72.

Zweifel: Der Zweifel bildet das Herz des Begriffs „Verständigung“. Wie oben schon erwähnt, kann eine ungestörte Kommunikation nur dann zustande kommen, wenn keine Zweifel an den Geltungsansprüchen, nach Habermas, geäußert werden.⁷⁹

„Eine Kommunikation soll gestört heißen, wenn (einige) sprachliche Bedingungen für eine direkte Verständigung zwischen (mindestens) zwei Interaktionsteilnehmern nicht erfüllt sind (...) Er [der Interpret] versucht zu verstehen, ‘warum’ der Autor, in der Meinung, daß bestimmte Sachverhalte existieren, bestimmte Werte und Normen Geltung haben, bestimmte Erlebnisse bestimmten Subjekten zugerechnet werden dürfen, in seinem Text bestimmte Behauptungen aufgestellt, bestimmte Konventionen beachtet oder verletzt, bestimmte Absichten, Dispositionen, Gefühle usw. geäußert hat.“⁸⁰

Die gestörte Kommunikation soll mittels des Diskurses durch Begründungen wieder hergestellt werden. Erst wenn die Zweifel beseitigt wurden, kann Kommunikation wieder stattfinden. Man könnte auch sagen, dass Zweifel als eine Art kommunikative Stimuli zu verstehen sind, welche erst eine Diskussion auf sachlicher Ebene weiterbringt⁸¹, da im Diskurs die angezweifelten Geltungsansprüche selbst zum Thema werden. Sobald die GesprächspartnerInnen einen Diskurs eingehen oder auch nur denken, dass dies jederzeit möglich wäre, stellen sie sich eine ideale Sprechsituation vor, welche nicht zur Gänze, sondern nur ansatzweise erfüllt werden kann. Diese Sprechsituation beschreibt die absolute Chancengleichheit. Bei der Wahrnehmung der Gesprächsrollen wird eine Verzerrung der Kommunikation an sich ausgeschlossen.⁸²

⁷⁹ Vgl. Burkart, Roland/ Russmann, Uta/ Grimm, Jürgen: Wie verständigungsorientiert ist Journalismus? Ein Qualitätsindex am Beispiel der Berichterstattung über Europa im Österreichischen Nationalratswahlkampf 2008. In: Pöttker, Horst/ Schwarzenegger, Christian: Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Köln: Harlem Verlag. 2010. S.264.

⁸⁰ Habermas, Jürgen: Theorie des kommunikativen Handelns. Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Band 1. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. 1981. S. 189f.

⁸¹ Vgl. Burkart, Roland/ Russmann, Uta/ Grimm, Jürgen: Wie verständigungsorientiert ist Journalismus? Ein Qualitätsindex am Beispiel der Berichterstattung über Europa im Österreichischen Nationalratswahlkampf 2008. In: Pöttker, Horst/ Schwarzenegger, Christian: Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Köln: Harlem Verlag. 2010. S.264f.

⁸² Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/ Weimar. 2002. S. 441.

„Im Sinn der erwähnten Stimulusfunktion können medial geäußerte Zweifel als dynamisierendes Moment gesehen werden, dass weitere Kommunikationsprozesse (samt neuerlichen Begründungsversuchen und Lösungsvorschlägen) auslöst.“⁸³

Die nachstehende Abbildung zeigt überblicksartig die beschriebenen Ebenen und Phasen einer verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit. Des Weiteren benennt diese Grafik Fragen zur PR-Evaluation nach VÖA-Kriterien. Pro VÖA-Phase sind die entsprechenden Fragen der drei Welten (Dimensionswirklichkeiten) angeführt. Diese Fragen sind sehr sinnvoll zu stellen, wenn man den PR-Erfolg messen will.

⁸³ Burkart, Roland/ Russmann, Uta/ Grimm, Jürgen: Wie verständigungsorientiert ist Journalismus? Ein Qualitätsindex am Beispiel der Berichterstattung über Europa im Österreichischen Nationalratswahlkampf 2008. In: Pöttker, Horst/ Schwarzenegger, Christian: Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Köln: Harlem Verlag. 2010. S.265.

Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit - Fragen zur Evaluation auf drei Ebenen				
VÖA-Phasen	Verständigungsebenen	objektive Welt WAS Sachverhalte	subjektive Welt WER Unternehmen/Personen	soziale Welt WARUM Gründe
Information	K	Wurden die relevanten Sachverhalte/Themen dargestellt?	Wurden zentrale Unternehmensdaten präsentiert?	Wurden die Projektziele begründet?
	M	Welche dieser Sachverhalte oder Themen waren medial präsent (und wie)?	Welche dieser Unternehmensdaten waren medial präsent (und wie)?	Über welche dieser Projektziele und Gründe wurde berichtet (und wie)?
	R	Inwieweit wissen die TÖ über die relevanten Sachverhalte Bescheid?	Inwieweit sind die TÖ über das Unternehmen informiert?	Inwieweit kennen die TÖ die projektbezogenen Begründungen?
	G	Existiert (seitens der TÖ und/oder in der Berichterstattung) Erklärungsbedarf – und wenn ja: für welche Themen?	Existiert (seitens der TÖ und/oder in der Berichterstattung) weiteren Informationsbedarf über das Unternehmen?	Existiert (seitens der TÖ und/oder in der Berichterstattung) Rechtfertigungsbedarf – und wenn ja: für welche Projektziele?
Diskussion	K	Inwieweit hat der Projektbetreiber eine themenbezogene Auseinandersetzung ermöglicht und /oder geführt?		Inwieweit hat der Projektbetreiber eine Auseinandersetzung über die Projektziele ermöglicht und/oder geführt?
	M	Wie haben sich die sachbezogenen Auseinandersetzungen medial niedergeschlagen?	Welches Unternehmensimage wurde medial entworfen?	Wie haben sich die Auseinandersetzungen über die Projektziele medial niedergeschlagen?
	R	Inwieweit haben die TÖ an diesen Sachdiskussionen partizipiert und /oder diese rezipiert?	Über welches Image verfügt das Unternehmen bei den relevanten TÖ?	Inwieweit haben die TÖ an diesen Legitimitätsdiskussionen teilgenommen und/oder diese rezipiert?
	G	Existieren (seitens der TÖ und/oder in der Berichterstattung) Zweifel an der Wahrheit von Daten/Fakten?	Existieren (seitens der TÖ und/oder in der Berichterstattung) Zweifel an der Vertrauenswürdigkeit des Unternehmens?	Existieren (seitens der TÖ und/oder in der Berichterstattung) Zweifel an der Legitimität der Projektziele?
Diskurs	K	Wurden Sachurteile als Wahrheitsbeweise für angezweifelte Daten /Fakten angeboten?		Wurden Werturteile als Legitimitätsnachweise für angezweifelte Begründungen angeboten?
	M	Waren diese Sachurteile bzw. Wahrheitsbeweise medial präsent – und wie?	Wird die (Qualität der) Unternehmenskommunikation medial thematisiert – und wie?	Waren diese Werturteile bzw. Legitimitätsnachweise medial präsent – und wie?
	R	Inwieweit haben die TÖ diese Sachurteile bzw. Wahrheitsbeweise rezipiert?	Wird die (Qualität der) Unternehmenskommunikation seitens der relevanten TÖ wahrgenommen?	Inwieweit haben die TÖ diese Werturteile bzw. Legitimitätsnachweise rezipiert?
	G	Existieren (seitens der TÖ und/oder in der Berichterstattung) Zweifel an der Wahrheit der jew. Sachurteile?	Existieren (seitens der TÖ und/oder in der Berichterstattung) Zweifel an der Diskursqualität der Unternehmenskommunikation?	Existieren (seitens der TÖ und/oder in der Berichterstattung) Zweifel an der Legitimität der jew. Werturteile?
Situationsdefinition	M R G	Inwieweit existiert Einverständnis bezüglich der Themen und Sachurteile?	Inwieweit existiert Einverständnis bzgl. der Vertrauenswürdigkeit des Unternehmens?	Inwieweit existiert Einverständnis bzgl. der Projektziele und Werturteile?
	K	Wurde das Ergebnis angemessen kommuniziert?		

Abbildung 5: Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit – Fragen zur Evaluierung auf drei Ebenen⁸⁴

⁸⁴ **Burkart**, Roland: Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer, B. Timon: Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. S.17-38. 2010. S. 35.

Abkürzungen zur Abbildung:

K	Kommunikator, bzw. PR-Beauftragter
M	Medien, bzw. redaktionelle Berichterstattung von JournalistInnen
R	RezipientInnen, bzw. Mitglieder der anzusprechenden Teilöffentlichkeiten
TÖ	Teilöffentlichkeiten
G	kommunikative Geltungsansprüche

Sollte sich der Denkansatz der verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit als zielführend erwiesen haben, so gilt das VÖA-Konzept dennoch nicht als Modell für die Beschaffung von Akzeptanz. Die Zustimmung der Betroffenen für ein Projekt ist nicht zwingend durch Öffentlichkeitsarbeit zu erreichen. Diese Zustimmung muss von den Betroffenen selbst kommen. Jedoch muss erwähnt werden, dass Akzeptanz mit einer höheren Wahrscheinlichkeit entsteht, wenn zwischen ProjektbetreiberInnen und Teilöffentlichkeit(en) (TÖ) ein kommunikatives Einverständnis entsteht. Um dieses kommunikative Einverständnis zu forcieren, ist es für die Unternehmen/Parteien bzw. deren KommunikationsmanagerInnen wichtig, auf den Diskursbedarf der betroffenen TÖ einzugehen und diesen auch ernst zu nehmen. Daraus besteht der praxisrelevante Sinn einer verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit.⁸⁵

2.7. Die Begründung von Zweifeln

Wie oben schon erwähnt, geht Burkart davon aus, dass durch die steigende Verständigungsorientierung in den Public Relations, auch die Rolle des Journalismus verändert wird. Denkt man einen Schritt weiter, so könnte man erwarten, dass die BürgerInnen, welche eine immer kritischer werdende Position einnehmen, einen immer größeren Anspruch auf journalistische Verständigungsorientierung legen, da dies im PR Bereich auch der Fall ist. Zeitgleich kann auch eingeräumt werden, dass der Journalist/die Journalistin in einer demokratischen Gesellschaft, in das Rollenbild des „Hinterfragers“ und „Reflektierers“ schlüpfen muss. Der Journalist/Die Journalistin wird somit nicht als „Zweifler“ sondern als „Hinterfrager“ positioniert. Hier spielt die Qualität seiner/ihrer kritischen Sichtweise eine enorme Rolle. Der Journalist/Die Journalistin

⁸⁵ Vgl. Burkart, Roland: Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. S.17 – 38. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer B. Timon: Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2010. S. 34.

selbst versteht, dass er/sie nicht permanent Zweifel äußern kann, sondern als Aufgabe hat diese verständlich zu begründen und zu rechtfertigen.

Der Leser/Die Leserin hat das Recht einen Anspruch auf Deutlichkeit zu erheben, welchem der/die JournalistIn genügen muss. Gleichzeitig hat dies zur Folge, dass der Journalist/die Journalistin sich darüber bewusst sein muss, dass er/sie sich durch geäußerte Zweifel der Neutralität und Unparteilichkeit entfernt und dies recht zu fertigen hat, da er/sie keine Fakten behaupten, sondern vielmehr seine/ihre Meinung/Zweifel. Außerdem verzichtet der Kommentator/die Kommentatorin in der Regel auf Vollständigkeit, im Sinne von der Zitation von allen wichtigen Meinungen. Er/Sie kommt der notwendigen Transparenz nicht bei, da er/sie nur selten seine/ihre eigentlichen Quellen angibt und damit seine/ihre Parteizugehörigkeit öffentlich macht.⁸⁶

„Die Freiheit, dies alles lassen zu dürfen, verpflichtet ihn allerdings, seine Meinung bis zu genau jenem Punkt zu begründen, der ihr Zustandekommen nachvollziehbar werden lässt. *Der Kommentator ist verpflichtet, seine Werturteile durch Argumente zu stützen, die entweder Tatsachengehalt haben oder kategorischen Charakters sind.*“⁸⁷

Dies bedeutet, dass der Journalist/die Journalistin seine/ihre Begründungen begründen muss, wenn sein/ihr angegebenes Argument nicht unmittelbar verständlich ist. Pavlova geht davon aus, dass der Journalist/die Journalistin seiner/ihrer Pflicht als „Verständigung durch Begründung“ zu einem sehr hohen Grad nachkommt. Der Fokus liegt hier sehr stark auf der Qualität dieses diskursiven journalistischen Handelns.⁸⁸

Abschließend bleibt zu sagen, dass *„wenn Journalismus also stimulierende und orientierende Kraft zur Befriedigung kollektiver Legitimitätsbedürfnisse sein soll, dann liegt ein zentrales Qualitätsmerkmal verständigungsorientierter journalistischer*

⁸⁶ Vgl. Pavlova, Zlatka: Öffentlichkeitsarbeit und diskursiver Journalismus. Instrumente zur Förderung der Diskursivität in der politischen Kommunikation. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer B. Timon: Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2010. S. 183-208. S. 203f.

⁸⁷ Nowag, Werner: Der Kommentar. In: Nowag, Werner/ Schlakowski, Edmund: Kommentar und Glosse. Reihe praktischer Journalismus, Bd. 33. Konstanz: UVK. 1998. S. 15-180. 1998. S.52. Zitiert nach: Pavlova, Zlatka: Öffentlichkeitsarbeit und diskursiver Journalismus. Instrumente zur Förderung der Diskursivität in der politischen Kommunikation. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer B. Timon: Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2010. S. 183-208. S. 204.

⁸⁸ Vgl. Pavlova, Zlatka: Öffentlichkeitsarbeit und diskursiver Journalismus. Instrumente zur Förderung der Diskursivität in der politischen Kommunikation. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer B. Timon: Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2010. S. 183-208. S. 204.

*Berichterstattung zuallererst im Vorhandensein von Begründungen für Handlungen und/oder geäußerte Positionen.*⁸⁹

2.8. Politische Kommunikation

*„Was bedeutet ein Verständnis der Moderne als Kommunikations- und Mediengesellschaft für Politik und politische Kommunikation?“*⁹⁰

Will man diese Frage beantworten, muss man zwischen universalkategorischer Kommunikation und Kommunikation in Massenmedien unterscheiden. Die theoretische Sichtweise der „Kommunikationsgesellschaft“, als auch die Perspektive der „Mediengesellschaft“ ist hier für eine Analyse hier sehr hilfreich. Zum einen beruft sich politische Kommunikation auf die Erfahrung von Kommunikation als eine allumfassende Gattung von Interpenetration, welche zum anderen den Zuwachs der Bedeutung von systemrelativer Massenkommunikation hinterfragen muss.

Das erhöhte Kommunikationsverlangen von politischen Inhalten, gekoppelt mit gesellschaftlichen Unterkategorien wie beispielsweise Ökonomie, Gemeinschaft und Kultur ist ebenso Prämisse für politische Informationsübermittlung, wie auch die Differenzierung und Ausweitung der massenmedialen Kommunikation in der Mediengesellschaft. Deren Wichtigkeitssteigerung verlangt eine kommunikative Anpassungsarbeit der Politik.⁹¹

*„Massenmedial vermittelte Kommunikation stellt eine zunehmend wichtige Grundlage für die vielfältigen Vermittlungsleistungen dar, für die Politisierung von Interessen, deren Artikulation und Aggregation, aber auch für die bindende Durchsetzung von Entscheidungen durch Kommunikation.“*⁹²

⁸⁹ Burkart, Roland/ Russmann, Uta/ Grimm, Jürgen: Wie verständigungsorientiert ist Journalismus? Ein Qualitätsindex am Beispiel der Berichterstattung über Europa im Österreichischen Nationalratswahlkampf 2008. In: Pöttker, Horst/ Schwarzenegger, Christian: Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Köln: Harlem Verlag. 2010. S.261.

⁹⁰ Hoffmann, Jochen/ Steiner, Adrian/ Jarren, Otfried: Politische Kommunikation als Dienstleistung. Public Affairs-Berater in der Schweiz. UVK Verlagsgesellschaft mbH: Konstanz. 2007. S.34.

⁹¹ Vgl. Ebenda. S. 34f.

⁹² Ebenda. S.35.

Das soll nicht heißen, dass es nur eine öffentliche politische Kommunikation gibt, diese Variante aber immer mehr an Bedeutung für die Politik gewinnt und daher immer öfter zum Einsatz kommt. Grund dafür ist, dass die Teilnahmefähigkeit und Zustimmung der BürgerInnen nicht mehr länger erwartet werden kann, sondern durch öffentliche Kommunikation angeregt werden muss. Dies gilt für verschiedenste AkteurInnen aus den Bereichen wie Wirtschaft, Staat, Politik und Zivilgesellschaft. Ohne öffentliche Debatte würden die BürgerInnen nicht wissen, welche Entscheidungen zur Diskussion stehen. Erst durch die Schaffung einer Plattform, kann ein politischer Austausch stattfinden.⁹³

So schrieb Ronneberger schon 1978:

„...Gespräche werde wieder häufiger geführt, und es sind Bestrebungen im Gange, im überschaubaren kommunalen Bereich Bürger wieder stärker an den Vorbereitungen von Entscheidungen sowie an ihrer Korrektur zu beteiligen.“⁹⁴

2.9. Nachrichtenwerttheorie

JournalistInnen werden täglich mit sehr vielen Informationen konfrontiert, aus welchen sie die berichtenswertesten Themen und Geschehnisse auswählen müssen. Die Nachrichtenwerttheorie klärt, wie JournalistInnen in diesem Verfahren vorgehen.⁹⁵

Joachim Staab gibt an, dass die ersten Basiskonzepte von der Nachrichtenwerttheorie bei Walter Lippmann zu finden sind. In dem Buch „Public Opinions“ äußert Lippmann seine Überlegungen, dass der Mensch gar nicht in der Lage sei, die Wirklichkeit in ihrer Komplexität erfassen zu können und die tatsächliche Lage nur über Stereotype aufgefasst werden kann. Lippmann untersuchte die Position der Massenmedien während dieses Feststellungsfortganges. Im Zuge dieser Untersuchung fiel der Begriff der Nachrichtenwerttheorie.

⁹³ Vgl. Ebenda. S.35.

⁹⁴ Ronneberger, Franz: Public Relations der politischen Parteien. Nürnberger Forschungsberichte Band 12. Verlag der Nürnberger Forschungsvereinigung e.V.: Nürnberg. 1978. S. 15.

⁹⁵ Vgl. Maier, Michaela: Kapitel1 – Gegenstandsbereich und Grundzüge der Nachrichtenwerttheorie. S.13-27. In: Maier, Michaela/ Stengel, Karin/ Marschall, Joachim: Nachrichtenwerttheorie. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. 2010. S. 13.

Genauso wie beim Menschen, können auch Medien nur Realitätsausschnitte der Wirklichkeit wiedergeben. Diese Ausschnitte unterliegen gewissen Regeln, welche in der Nachrichtenwerttheorie verankert sind.

Lippmann versteht unter diesem Begriff die Veröffentlichungswürdigkeit von Geschehnissen, welche durch ihr Bestehen und auch durch die Kombination von Ereignisaspekten ihre Gültigkeit erlangen. Diese Ereignisaspekte sieht Lippmann als Stereotypen an, welche den Zweck haben das Interesse und das Mitgefühl der LeserInnen zu wecken, indem sie ihnen Gleichsetzungschancen bieten.

2.9.1. Zentrale Begriffe der Nachrichtenwerttheorie

„Der Begriff >Nachrichtenfaktoren< bezeichnet Merkmale von Nachrichten über Ereignisse und Themen, die dazu beitragen, dass diese publikationswürdig bzw. mit Nachrichtenwert versehen werden. [...] Nachrichtenfaktoren wie >Schaden< sind wissenschaftliche Konstrukte, die auf alle Ereignisse oder Themen bezogen werden können [...]. Je mehr Nachrichtenfaktoren eine Nachricht aufweist, umso größer ist ihr Nachrichtenwert [...]. Neben der Zahl der Nachrichtenfaktoren hat auch ihre Intensität einen Einfluss auf den Nachrichtenwert einer Meldung.“⁹⁶

Die beiden wichtigsten Begrifflichkeiten rund um Nachrichtenwerttheorie sind die „Nachrichtenfaktoren“ und der „Nachrichtenwert“.

Die Nachrichtenfaktoren sind Geschehnismerkmale, welche JournalistInnen verwenden, um zu entscheiden, welche Ereignisse in die Presse gelangen und mit welcher Intensität. Galtung und Ruge haben eine derartige Liste als erstes erstellt. Danach wurden weitere Publikationen mit dem Inhalt rund um die Beschreibung und Definition von Nachrichtenfaktoren veröffentlicht.

Solche Nachrichtenfaktoren wären zum Beispiel der Status eines Landes oder einer Stadt, in der ein Ereignis stattfindet, ob Prominente beteiligt waren oder wie negativ die Meldung ist. Diese Faktoren entscheiden darüber, ob ein Geschehnis in die Berichterstattung kommt und welchen Umfang es trägt.

⁹⁶ Kepplinger, 2008a. S. 3245. Zitiert nach: Maier, Michaela: Kapitel1 – Gegenstandsbereich und Grundzüge der Nachrichtenwerttheorie. S.13-27. In: Maier, Michaela/ Stengel, Karin/ Marschall, Joachim: Nachrichtenwerttheorie. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. 2010. S.18.

Der Nachrichtenwert wird durch die Beachtung der JournalistInnen ausgedrückt. So kann die Story beispielsweise in einem kleinen Beitrag im Blattinnerem publiziert werden. Damit kommen wir schon zum nächsten Kriterium, die Länge der Berichterstattung. Je länger ein Artikel geschrieben ist, desto höher sein Nachrichtenwert. Diese journalistische Beachtung eines Ereignisses kann anhand eines Index gemessen werden.⁹⁷

2.9.2. Schulz: Nachrichtenfaktoren

Den Nachrichtenfaktoren nach Schulz wird in dieser Arbeit ein eigenes Kapitel gewidmet, weil es im Zuge meiner Untersuchung zu interessanten Ergebnissen führen kann. Da ich drei verschiedene Zeitungen, „Kurier“, „Kronen Zeitung“ und „Presse“ untersuchen werde, kann es aufgrund der unterschiedlichen Blattlinien und Qualitätsstandards zu unterschiedlichen Nachrichtenfaktoren innerhalb der ausgewählten Tageszeitungen kommen.

„Die Auswahl [der Nachrichtenselektion] wird bestimmt durch die organisatorischen und technischen Zwänge von Redaktion und Verlag, z.B. vom Zeitdruck und vom verfügbaren Raum in der Zeitung“⁹⁸

Schulz orientierte sich an der Faktorenliste von Galtung und Ruge, um bestimmen zu können, welche Nachrichtenfaktoren nun als Variable in die Untersuchung miteinbezogen werden sollten. Schulz überarbeitete jene Liste. Er korrigierte einige Passagen und fügte andere hinzu. Des Weiteren formulierte er gewisse Textteile um, wobei der Fokus auf der Operationalisierbarkeit lag. Die Schwierigkeit, die es zu lösen galt, lag bei der Inhaltsanalyse des Nachrichtenmaterials bzw. bei den empirischen Indikatoren, die es im Nachrichtenmaterial ausfindig zu machen galt.

⁹⁷ Vgl. Maier, Michaela: Kapitel1 – Gegenstandsbereich und Grundzüge der Nachrichtenwerttheorie. S.13-27. In: Maier, Michaela/ Stengel, Karin/ Marschall, Joachim: Nachrichtenwerttheorie. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. 2010. S. 19.

⁹⁸ Gieber, a.a.O.; Gertrude J. Robinson: Foreign News Selection is Nonlinear in Yugoslavia's Tanjug Agency. In: Journalism Quarterly, vol. 47, 1970. S. 340-357. Christian Kristen: Nachrichtenangebot und Nachrichtenverwertung. Düsseldorf. 1972. Zitiert nach: Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Verlag Karl Alber: Freiburg/ München. 1976. S. 11.

Durch die Analyse der Bedeutungen, theoretischen Aussagen und Begrifflichkeiten im Faktorenkatalog, entstand eine Gliederung der sechs Faktorendimensionen, mit hypothetischen Einflussgrößen.

Als erste Faktorendimension zählt Schulz die **Zeit**. Zu dieser Dimension gehört auch der Faktor der Dauer und Kontinuität.⁹⁹ Ereignisse, welche nur von kurzer Dauer sind, haben einen hohen Nachrichtenwert.

Ist ein Geschehnis von längerer Dauer, beispielsweise über einer Woche, so hat es einen niedrigen Nachrichtenwert.¹⁰⁰ Die Kontinuität eines Ereignisses ist mit dem Begriff „Thematisierung“ gleichzusetzen.¹⁰¹

Spricht man von der „Thematisierung“, so meint man wie sich ein Ereignis in der Berichterstattung etabliert hat. Ist ein bestimmtes Thema immer wieder in den Medien zu finden, so ist der Nachrichtenwert hoch, einen niedrigen Nachrichtenwert hat es hingegen, wenn es ein neu eingeführtes Thema ist.¹⁰²

Als zweite Faktorendimension wird von Schulz die **Nähe** angegeben. Unter dem Begriff Nähe kann man verschiedene Arten von Nähe bezeichnen. Genauer ist Schulz aber auf die räumliche, politische, kulturelle Nähe und auf die Relevanz eingegangen. Geht es um die „räumliche Nähe“, so versteht er darunter die Entfernung der Redaktion von dem Ort des Geschehens. Gibt es wirtschaftspolitische Zusammenkünfte zu dem Land, in dem das Ereignis stattgefunden hat, so bezeichnet Schulz dies als „politische“ Nähe. Zu dem Begriff „kulturelle Nähe“ zählen literarische, sprachliche, religiöse und wissenschaftliche Zusammenhänge zu dem Land, in welchem das Ereignis stattgefunden hat. Mit dem Faktor „Relevanz“ meint Schulz die Bewegtheit und die existentielle Gewichtung der Begebenheit.

Zum dritten zählt er den **Status**. Diesen Faktor gliedert er in vier einzelne Faktoren. Während Galtung und Ruge hier auf Elite-Nationen und Elite-Personen Bezug nehmen, so bezeichnet Schulz die Einzelfaktoren wie folgt: „Regionale Zentralität“, hier geht es um die politisch-ökonomische Gewichtung der Geschehnisregion, die

⁹⁹ Vgl. Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Verlag Karl Alber: Freiburg/ München. 1976. S. 32.

¹⁰⁰ Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/ Weimar. 2002. S. 281.

¹⁰¹ Vgl. Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Verlag Karl Alber: Freiburg/ München. 1976. S. 32.

¹⁰² Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/ Weimar. 2002. S. 281.

„nationale Zentralität“, zu welcher die wirtschaftliche, militärische und die wissenschaftliche Bedeutung der Begebenheit zählt. Weiterfolgend zählt Schulz den „persönlichen Einfluss“ auf. Dieser Faktor ist auf die politische Einflussnahme der betroffenen Person zu beziehen. Der Bekanntheitsgrad der Person, welcher nichts mit politischen Nachrichten zu tun hat, ist unter dem Begriff „Prominenz“ aufgelistet.

Zu der **Dynamik** des Ereignisses zählt auch der Faktor Überraschung, welchen Schulz von Galtung und Ruge übernimmt.¹⁰³ Die Überraschung versteht sich im Sinne der Erwartbarkeit des Momentes als auch des Verlaufs und des Ergebnisses des Geschehens.¹⁰⁴ Was Galtung und Ruge als „Eindeutigkeit“ bezeichnen, formuliert Schulz als Faktor der „Struktur“ um.¹⁰⁵ Dieser Faktor wird als die Kompliziertheit der Verlaufsform, der Konzentration und der Erfassbarkeit eines Geschehnisses definiert.¹⁰⁶

Als fünften Faktor der Nachrichtenfaktoren, nennt Schulz die **Valenz**. Innerhalb dieser Faktorendimension hat Schulz den Faktor „Negativismus“ kontrastiert und durch eine positive Komponente ergänzt. Schulz erfasst somit drei negative Komponenten. Zum ersten nennt er den „Konflikt“, welcher auf politische Geschehnisse bezogen ist, die aggressive Züge aufweisen. Des Weiteren die „Kriminalität“, welche mit rechtswidrigen Verhalten gleichzusetzen ist. Der letzte negative Aspekt ist mit „Schaden“ zu betiteln. Darunter versteht Schulz Sach-, Personen- oder aber finanzielle Schäden. Auch Misserfolge zählen zu dieser Kategorie. „Erfolg“ ist selbstverständlich ein positiver Aspekt und deckt den Fortschritt auf wirtschaftlichem, politischem oder wissenschaftlichem Feld ab.

Als letzten Nachrichtenfaktor zählt Schulz die **Identifikation**¹⁰⁷, zu welcher auch der Faktor „Personalisierung“ zählt. Dieser wird als der Grad des personellen Bezugs eines Geschehnisses verstanden. Zusätzlich enthält diese Dimension auch noch den Faktor „Ethnozentrismus“, welcher sich darauf bezieht, inwieweit die Bevölkerung, rund um den Ereignisort, in welchem das Medium aufliegt, betroffen ist.

¹⁰³ Vgl. Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Verlag Karl Alber: Freiburg/ München. 1976. S. 33.

¹⁰⁴ Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/ Weimar. 2002. S. 282.

¹⁰⁵ Vgl. Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Verlag Karl Alber: Freiburg/ München. 1976. S. 33.

¹⁰⁶ Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/ Weimar. 2002. S. 282.

¹⁰⁷ Vgl. Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Verlag Karl Alber: Freiburg/ München. 1976. S. 34.

Abschließend kann gesagt werden, dass eine beträchtliche Anzahl von empirischen Befunden darauf schließen lässt, dass der Einfluss auf die journalistische Auswahlfindung auf die Nachrichtenfaktoren zurück zu führen ist.¹⁰⁸

„Das vielfach verbreitete Alltagsverständnis, Massenmedien würden uns ein mehr oder weniger unverzerrtes Bild der Wirklichkeit vermitteln, kann als naiv entlarvt werden. Medien können Realität nicht einfach passiv abbilden, sie entwerfen vielmehr [...] selbst aktiv eine Vorstellung von Wirklichkeit. [...] Vor allem im Rahmen der Nachrichtenwert-Theorie ließ sich zeigen, daß (sic!) es im Hinblick auf die Auswahl und Interpretation von Ereignissen tatsächlich so etwas wie einen allgemeinverbindlichen Konsens im Journalismus gibt.“¹⁰⁹

PRAKTISCHER TEIL

3. Die Volksbefragung

Wie es zu der Volksbefragung kam

Das Bundesheer ist in Österreich in den nächsten Jahren durch die Einhaltung seiner verfassungsgesetzlichen Pflichten aber auch durch neue Bedrohungsszenarien gefordert. Von diesem Punkt ausgehend ist in Österreich eine große Debatte darüber ausgebrochen, ob diese Zielsetzung besser durch die Einführung eines Berufsheeres und durch ein freiwilliges Sozialjahr, welches bezahlt werden soll oder aber durch die Beibehaltung der allgemeinen Wehrpflicht und des Zivildienstes eingehalten werden kann. Die Bundesregierung nahm die Causa sehr ernst, da es um die Sicherheit und den sozialen Zusammenhalt in unserer Bundesrepublik geht. Aus diesem Grund wurde beschlossen eine Volksbefragung im Jänner 2013 durchzuführen. Das Ergebnis dieser Volksbefragung wird verbindlich umgesetzt.¹¹⁰ Und so passierte es auch.

¹⁰⁸ Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/ Weimar. 2002. S. 282f.

¹⁰⁹ Ebenda. S. 283.

¹¹⁰ Vgl. Land Salzburg (Hrs.): Information zur Volksbefragung 20. Jänner 2013. Berufsheer und bezahltes Sozialjahr oder Wehrpflicht und Zivildienst. Schriftenreihe des Landes-Medizinentrums. Serie „Salzburg Information“, Nr. 146. 2. Auflage. Hausdruckerei Land Salzburg: Salzburg. 2012. S. 6. Unter: http://www.salzburg.gv.at/foldervbwehrpflicht_final.pdf (am 06.02.2014).

Was bei der Volksbefragung gefragt wurde

„Gemäß Artikel 49b Bundes-Verfassungsgesetz wird am 20. Jänner [2013] eine Volksbefragung mit folgender Fragestellung durchgeführt:

a) Sind Sie für die Einführung eines Berufsheeres und eines bezahlten freiwilligen Sozialjahres

oder

b) sind Sie für die Beibehaltung der allgemeinen Wehrpflicht und des Zivildienstes?“¹¹¹

Worum es geht

Hier sind die zwei verschiedenen Varianten bestehendes Bundesheer und Zivildienst (Variante 1) ebenso wie Berufsheer und bezahltes freiwilliges Sozialjahr (Variante 2) beschrieben.

Variante 1 - Zivildienst

Verweigert jemand die Erfüllung der Wehrpflicht, so hat diese Person einen sogenannten Ersatzdienst zu leisten, nämlich den Zivildienst. Die Dauer beruht sich auf neun Monate, wobei der Zivildienstler während dieser Zeit in Krankenanstalten, im Rettungswesen, in sozialen Diensten etc. tätig ist.

Österreichweit werden etwa 13 500 Zivildienstler diesen Organisationen zugewiesen, so das Innenministerium.

Die Kosten für den Zivildienst belaufen sich, für das und laut dem Innenministerium, auf rund 57 Millionen Euro im Jahr. Diese Summe enthält jedoch die Aufwendungen der Einrichtung nicht. Diese wären etwa die Unterkunft, Verpflegung, Sozialversicherungsbeiträge, etc.

Das Sozialministerium veranschlagt daher etwa 43 Millionen Euro für den Zivildienst, wobei die TrägerInnen ebenfalls 43 Millionen Euro übernehmen. Die Gesamtkosten bzw. das Bundesbudget betrifft somit 100 Millionen Euro. Hierbei übernehmen die TrägerInnen nochmals 43 Millionen Euro.¹¹²

¹¹¹ Ebenda. S. 7

¹¹² Vgl. Ebenda. S.9.

Variante 1 – Wehrpflicht

Nach dem Bundesverfassungsgesetz ist jeder männliche Staatsbürger dazu verpflichtet die Wehrpflicht anzutreten. Die Dauer der Wehrpflicht beläuft sich auf sechs Monate.

Laut Verteidigungsministerium wird in den nächsten Jahren ein starker Rückgang der wehrpflichtigen Staatsbürger durch eine ebenfalls sinkende Geburtenrate erwartet.¹¹³

„Das heutige Bundesheer setzt sich nach Angaben des Verteidigungsministeriums österreichweit aus rund 14.300 Berufs- und Zeitsoldaten/innen, 8.400 Zivilbediensteten, 21.000 Milizsoldaten/innen und 11.000 Grundwehrdienern (pro Jahr rücken rund 22.000 Grundwehrdiener für sechs Monate ein) zusammen. Das entspricht einer Mobilmachungs-Gesamtstärke von rund 55.000 Personen.“¹¹⁴

Wenn das Modell der Wehrpflicht beibehalten werden sollte, so fordern Befürworter eine gründliche Reform. Laut Verteidigungsministerium beträgt das Budget für das Berufsheer derzeit etwa zwei Milliarden Euro pro Jahr.¹¹⁵

Variante 2 – Berufsheer

Das Verteidigungsministerium sieht mit dem Modell Berufsheer vor, dass es 2014 keine Grundwehrdiener in Österreich mehr einberufen werden. Das Bundesheer soll ab diesem Zeitpunkt zu einem Freiwilligen und/oder Berufsheer umgestaltet werden. Man rechnet mit einer Zeitspanne von etwa 10 Jahren für diese Umstellung. Insgesamt rechnet man mit 8 500 BerufssoldatInnen, 7 000 ZeitsoldatInnen, welche sich entweder für drei, sechs oder neun Jahre verpflichten. Des Weiteren geht man von Zahlen aus wie diesen: 9 300 Profi-MilizsoldatInnen (erhalten 5 000 Euro Prämie im Jahr), 6 500 Zivilbedienstete, 23 000 beordnete MilizsoldatInnen. Insgesamt ergibt das eine Summe von etwa 55 000 Personen.

Die Kosten für dieses Model „Berufsheer“ betragen insgesamt etwa 2 Milliarden Euro pro Jahr.¹¹⁶

¹¹³ Vgl. Ebenda. S. 8.

¹¹⁴ Ebenda. S. 8.

¹¹⁵ Vgl. Ebenda. S.8.

¹¹⁶ Vgl. S. 10.

Variante 2 – bezahltes freiwilliges Sozialjahr

Das bezahlte freiwillige Sozialjahr sieht ein einjähriges, wie der Name schon sagt, Beschäftigungsverhältnis vor. Dieses Jahr versteht sich mit entsprechender Entlohnung, arbeits- und sozialversicherungsrechtlicher Absicherung – so wird ein Betrag von knappen 1 400 Euro brutto 14 mal im Jahr an die Freiwilligen überwiesen. Dieses Jahr ist für Männer als auch für Frauen ab dem vollendeten 18. Lebensjahr und bis zum Pensionsbezug möglich. Innerhalb diesen Jahres müssen mindestens 180 Stunden für verwertbare Ausbildungen, wie für Berufe im Gesundheits- und Sozialbereich, angeboten werden. Eine mögliche Ausbildung wäre beispielsweise zum Rettungssanitär oder zur Rettungssanitäterin.

Außerdem wird das freiwillige Sozialjahr, je nach Einsatzbereich, für eine geforderte Praxiszeit in einer Ausbildung angerechnet. Des Weiteren kann es auch einen Punktevorsprung an Universitäten oder an Fachhochschulen bewirken. Das Sozialministerium berechnete bei der Beschäftigung von 8 000 Personen ein Budget von 211 Millionen Euro pro Jahr.¹¹⁷

Wer an der Volksbefragung teilnehmen darf

Österreichische StaatsbürgerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sind stimmberechtigt. Diese müssen spätestens am Tag der ersten bundesweiten Volksbefragung (20.01.2013) 16 Jahre alt werden. Aber auch österreichische StaatsbürgerInnen mit Hauptwohnsitz im Ausland sind stimmberechtigt, wenn sie in der Wählerevidenz in einer österreichischen Gemeinde vermerkt/eingetragen sind.¹¹⁸

3.1. Die AkteurInnen

Im Wesentlichen spielte sich die Debatte „Berufsheer – ja oder nein?“ zwischen ÖVP und SPÖ ab. Die Volksbefragung artete schon mehr in einen Wahlkampf aus, in welchem es nur einen Gewinner geben konnte. Hier soll nun ein kurzer Überblick beider Parteien geboten werden. Im Fokus steht die Haltung zur untersuchten Debatte und nicht die Parteigeschichte an sich.

¹¹⁷ Vgl. Ebenda. S. 11.

¹¹⁸ Vgl. Bundesministerium für Inneres: Wahlen. Volksbefragung 2013. Unter: http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_wahlen/volksbefragung/Volksbefrag2013.aspx (am 06.02.2014).

Außerdem sei anzumerken, dass die nachfolgenden Beschreibungen der beiden Parteien versucht neutral gehalten sind. Jedoch gibt es natürlich keine Aufzeichnungen der SPÖ über deren Schwankungen bezüglich dieses Themas, genauso wenig wie es solche Aufzeichnung der ÖVP zu dieser Thematik gibt. So wurden diese Beschreibungen eher immer kritisch verfasst – ich habe mich jedoch bemüht, diese Informationen so neutral wie nur möglich zu verarbeiten.

3.1.1. SPÖ

In diesem Kapitel geht es nicht um die Parteigeschichte der Sozialdemokraten. Vielmehr soll ein kurzer Überblick geboten werden, welche Linie die SPÖ verfolgt, wenn es um die Bundesheer-Debatte geht. Dieser Ausschnitt wird sich als sehr interessant erweisen, da es im Zuge der Diskussion zu unterschiedlichen Meinungsäußerungen und Interessensvertretungen innerhalb der Partei gekommen ist.

Seit der Gründung der österreichischen Sozialdemokraten, stand diese immer für die allgemeine Wehrpflicht ein.¹¹⁹

„Vor allem durch die Erfahrungen des 12. Februar 1934, als die Arbeiterbewegung und ihre Organisationen von den Austrofaschisten unter Bundeskanzler Dollfuß mit Waffengewalt bekämpft und dabei das österreichische Bundesheer, das zu dieser Zeit ein von alten k.u.k.-Offizieren und Adelsburschen durchsetztes Berufsheer war, mit schwerer Artillerie auf die Gemeindebauten und Arbeiterwohnungen schoss, lehnte die Sozialdemokratie ein Berufsheer immer ab.“¹²⁰

Dieser Faden zieht sich bis vor wenigen Jahren durch die rote Partei. Der Verteidigungsminister Norbert Darabos (SPÖ) hielt die Wehrpflicht noch 2010 für „in Stein gemeißelt“. Doch wenige Tage vor der Wiener Gemeinderatswahl 2010 schwenkte der Wiener Bürgermeister Michael Häupl um¹²¹ und argumentierte für die Einführung eines Berufsheeres, in der Hoffnung viele Jungwähler damit zu lukrieren. Dieser Linienbruch der SPÖ war jedoch für traditionelle Stammwähler ein Tabubruch

¹¹⁹ Vgl. Zeit-Fragen: Die Debatte über die Einführung eines Berufsheeres in Österreich unter spezieller Berücksichtigung der SPÖ. Unter: <http://www.zeit-fragen.ch/index.php?id=1397> (am 29.11.2013)

¹²⁰ Ebenda.

¹²¹ Vgl. Kleine Zeitung: Volksbefragung: Eine Chronologie der Debatte. Quelle: APA. Unter: <http://www.kleinezeitung.at/nachrichten/politik/heer/3224258/volksbefragung-chronologie-debatte.story> (am 29.11.2013)

und sorgte für helle Aufregung. Einige Tage später sprach sich auch Norbert Darabos für ein „Profiheer“ aus.¹²²

Nach einem Parteipräsidium im Jänner 2011 vollendeten die Sozialdemokraten ihren Richtungswechsel in Richtung Berufsheer. In den nächsten zwei Jahren zeigte sich jedoch, dass einige SpitzenpolitikerInnen der SPÖ den neuen Kurs nicht teilten und hielten an der Wehrpflicht fest. Noch im Jänner 2011 präsentiert Darabos konkrete Pläne für die Einführung eines Berufsheeres. Die Diskussion kam ins Rollen und viele AkteurInnen verschiedener Parteien sprachen sich FÜR und GEGEN die Pläne der SPÖ-Spitze aus. Im Hintergrund propagierte die „Kronen Zeitung“ (schon vor der Kehrtwende der SPÖ) für ein Berufsheer. Während die ÖVP an einer Reform der Wehrpflicht festhielt, plädierte die SPÖ (Teile davon) weiterhin für die Einführung eines Berufsheeres. Weitere Pläne und Kostenberechnungen wurden von Darabos in Auftrag gegeben, entwickelt und präsentiert. Die Meinungen spalteten sich immer mehr. Erst im August des Jahres 2012, rund um das Thema wurde es zwischenzeitlich ruhiger, kam der Beschluss von SPÖ und ÖVP zur Volksbefragung. Dieser Beschluss ließ die Debatte, vor allem in den Tageszeitungen, wieder aufleben. Am 11. September beschloss der Ministerrat die Volksbefragung und am 16. Oktober legte der Nationalrat die Rahmenbedingungen fest.¹²³

3.1.2. ÖVP

Auch die ÖVP hat einige Ungereimtheiten in ihrer Parteilinie zu verzeichnen. Dieser Teil der Arbeit bezieht sich nun auf den ÖVP-Kurs, im Speziellen auf die Bundesheer-Debatte.

Schon 1990 wurde zwischen den Parteien erstmals über eine Volksbefragung über das Bundesheer debattiert. Die Struktur des Bundesheeres wurde in Frage gestellt und FPÖ und Grüne sprachen sich für die Idee einer Volksbefragung aus, während ÖVP und SPÖ dies jedoch verweigerten. Dennoch gab es schon damals vereinzelt Stimmen, wie beispielsweise die von dem damaligen Wiener Bürgermeisters Helmut

¹²² Vgl. Zeit-Fragen: Die Debatte über die Einführung eines Berufsheeres in Österreich unter spezieller Berücksichtigung der SPÖ. Unter: <http://www.zeit-fragen.ch/index.php?id=1397> (am 29.11.2013)

¹²³ Vgl. Kleine Zeitung: Volksbefragung: Eine Chronologie der Debatte. Quelle: APA. Unter: <http://www.kleinezeitung.at/nachrichten/politik/heer/3224258/volksbefragung-chronologie-debatte.story> (am 29.11.2013)

Zilk und Vorsitzende der SPÖ-Frauen Johanna Dohnal, die sich gegen die Wehrpflicht aussprachen.

Aus dieser Debatte, welche ungefähr eineinhalb Jahre dauerte, passierte nichts Großartiges. Die Gewissensprüfung für den Zivildienst wurde abgeschafft, sonst konnten keine Resultate aus dieser Debatte verzeichnet werden.

Von der ÖVP kamen tendenziell die ersten Stimmen für ein Berufsheer, als der Verteidigungsminister Werner Fasslabend 1991 meinte, dass er ein Berufsheer für die Zukunft zumindest nicht ausschließen würde. Weiters erklärte er, dass es sich dabei um eine Frage handelt, die vom gesamteuropäischen Sicherheitssystem abhängig ist.

Als 1994 der damalige ÖVP-Chef Erhard Busek meinte, dass ein Berufsheer eine Option für die Zukunft sei, wurde er seitens der SPÖ heftig kritisiert.

1997 hatte dann die ÖVP plötzlich die Idee eines NATO-Beitritts und damit auch für die Einführung eines Berufsheeres. Der Klubobmann Andreas Khol (ÖVP) argumentierte für einen sechsmonatigen „Solidaritätsdienst“ und späteren „Heimatsdienst“ an Stelle des Präsenzdienstes zu setzen. Kurze Zeit später einigte sich der ÖVP-Vorstand einstimmig für den NATO-Beitritt Österreichs.

Der damalige Nationalratspräsident Heinz Fischer wollte über die Abschaffung der Wehrpflicht vorurteilsfrei nachdenken und ein Berufsheer nicht gleich von vorn herein „absagen“. Umgesetzt wurde von alledem aber freilich nichts – im Gegenteil 1998 bei der Heeresreform waren sie SPÖ und ÖVP wieder einig und beide sprachen sich wieder für die Wehrpflicht aus.

Doch nur wenige Monate später verlangt Khol die Abschaffung und 1999 stimmten fast alle Parteien für die Abschaffung der Wehrpflicht – allerdings mit unterschiedlichen Voraussetzungen.

So plädierte der damalige ÖVP Obmann Wolfgang Schüssel für die Abschaffung der Wehrpflicht und für die Einführung eines Berufsheeres. Man solle die Verantwortung lieber „Profis“ überlassen – man brauche eben professionelle Freiwillige.

SPÖ Kanzler Viktor Klima forcierte nun auch zu Beginn der nächsten Legislaturperiode die Wehrpflicht abzuschaffen.

Doch mit der Schwarz-Blauen Regierung 2000 war dieses Thema plötzlich wieder vom Tisch. Argumente, warum dies so sei, gab es genug, schließlich sei die Wehrpflicht unerlässlich und ein Freiwilligenheer zu teuer.

Schüssel war zwar nach wie vor für ein Berufsheer, jedoch sei es eine Frage der Kosten und der Kalkulation.

Die SPÖ entdeckte hingegen wieder ihre Liebe zur Wehrpflicht und schwenkte um.

Doch 2002 sollten sich die Positionen wieder drehen. Während die SPÖ sich immer mehr für ein Berufsheer aussprach, tendierte die ÖVP wieder für die Wehrpflicht – so schrieben sie dies auch in ihrem Wahlprogramm fest.

Die Bundesheer-Reformkommission hielt in ihrem Bericht, unter dem Vorsitz von Helmut Zilk, schließlich fest, dass ein Umstieg auf ein Berufsheer für die Zukunft zumindest möglich sein sollte. 2006 verkürzte dann die Schüssel-Regierung die Wehrpflicht auf 6 Monate.

Als 2007 rot und schwarz eine Koalition unter Gusenbauer bildeten, waren beide Parteien wieder für die Wehrpflicht. Dies sollte diesmal einige Zeit so bleiben – bis der Wiener Bürgermeister Michael Häupl den Startschuss für die Debatte gab ...¹²⁴

EMPIRISCHER TEIL

4. Die Inhaltsanalyse

*„Die Inhaltsanalyse ist eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen;“*¹²⁵

Anders gesagt, will die Inhaltsanalyse die Medienrealität erstens beschreiben und zweitens erklären, aus welchem Grund die Medienrealität eben so ist, wie sie ist.¹²⁶

Bonfadelli beschreibt zudem weiter, dass die Inhaltsanalyse als Methode nicht reaktiv ist. Das bedeutet, dass sie ihren Untersuchungsgegenstand nicht beeinflusst. Außerdem benötigt die Inhaltsanalyse kein vorstrukturiertes Material. Das hat den

¹²⁴ Vgl. ORF: Einmal für Wehrpflicht, einmal dagegen. Unter: <http://orf.at/stories/2159294/2138281/> (am 31.03.2014)

¹²⁵ Vgl. Früh, Werner: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis, 5. überarbeitete Auflage. UVK Verlagsgesellschaft: Konstanz. 2001. S. 25

¹²⁶ Vgl. Bonfadelli, Heinz: Medieninhaltsforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. UKV Verlagsgesellschaft: Konstanz. 2002. S. 14.

großen Vorteil, dass Texte auch erst im Nachhinein untersucht werden können. Die Inhaltsanalyse ist zur Analyse von großen Datenmengen geeignet, dennoch sollte sie gegenstandsgerecht und flexibel konzipiert sein, sprich zur Beantwortung der Forschungsfragen und der zu untersuchten Texte, geeignet sein.¹²⁷

Der Vorteil dieser Methode, für die vorliegende Untersuchung, liegt an der eingeschränkten Anzahl von Berichterstattungen und OTS Meldungen. Die Inhaltsanalyse gibt Auskunft darüber, ob es sich bei der zu untersuchbaren Berichterstattung um diskursiven Journalismus handelt und wenn ja, wie hoch der Grad an Diskursivität ist. In diesem Fall habe ich mich für ein quantitatives Verfahren entschieden.

4.1. Quantitative Inhaltsanalyse

Die quantitative Inhaltsanalyse eignet sich zur Darstellung der Häufigkeit spezieller Textkennzeichen. Die Menge bedeutungsvoller Textmerkmale kann gleichzeitig als Indikator für die Intensität einer Meinung oder Wertvorstellung interpretiert werden. Durch ein zuvor entwickeltes Kategorienschema können einzelne Texteinheiten erhoben und die Häufigkeitszuweisungen der Äußerungen und der Texteinheiten nachgewiesen werden.¹²⁸

Die quantitative Inhaltsanalyse ist erklärend, Theorien-prüfend, objektiv und hat ein starres Vorgehen. Des Weiteren ist sie gekennzeichnet durch eine reduktive Datenanalyse, welche ein hohes Messniveau hat.¹²⁹

¹²⁷ Vgl. Ebenda. S. 79f.

¹²⁸ Vgl. Merten, Klaus/ Teipen, Petra: Empirische Kommunikationsforschung. Darstellung. Kritik. Evaluation. Band 6. Verlag Ölschläger GmbH: München. 1991. S.103.

¹²⁹ Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. 11. Überarbeitete und erweiterte Auflage. Erich Schmidt Verlag: Berlin. 2006. S 200.

4.2. Das Kategoriensystem

Dieses Kapitel befasst sich mit den Anforderungen des Kategoriensystems bzw. Codebuches und erläutert die Vorgehensweise der Kategorienbildung.¹³⁰

Die Inhaltsanalyse beschäftigt sich mit den kommunikationswissenschaftlichen Inhalten, welche durch die Forschungsfragen eingegrenzt werden. Die Inhaltsanalyse bezieht sich auf die Analyseeinheiten, in meinem Beispiel auf die Zeitungsartikel der ausgewählten Tageszeitungen und die OTS Meldungen in dem Zeitraum von 1. Jänner bis zum 20. Jänner 2013. Anhand dieser Artikel und Pressemeldungen werden die Kommunikationsinhalte gemessen.

Die Analyseeinheit konzentriert sich jedoch nur auf ihre Informationen über das ausgewählte Thema. Alle anderen Informationen sind nicht gewichtig. Das bedeutet, dass es nur um forschungsrelevante, spezifische kommunikationswissenschaftliche Inhalte geht.¹³¹

Jede Analyseeinheit muss nun einer Kategorie zugeordnet werden können, sprich codiert werden.¹³²

Die Kategorien werden auch als das bezeichnet, was erhoben werden soll und sind mit den Fragen einer Befragung vergleichbar. Alle Kategorien zusammen werden dann als Kategoriensystem bezeichnet. Das Kategoriensystem teilt schließlich den vielschichtigen Forschungsgegenstand in semantisch distanzierte Teilaspekte ein.¹³³

Atteslander schreibt in „Methoden der empirischen Sozialforschung“, dass ein Kategoriensystem folgende 6 Kriterien erfüllen muss:

- ✓ Das Kategoriensystem muss aus den Untersuchungshypothesen theoretisch abgeleitet sein.

¹³⁰ Vgl. Brosius, Hans-Bernd/ Koschel, Friederike/ Haas, Alexander: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 4. überarbeitete und erweiterte Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2008. S.154.

¹³¹ Vgl. Früh, Werner: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis, 5. überarbeitete Auflage. UVK Verlagsgesellschaft: Konstanz. 2001. S. 80f.

¹³² Vgl. Titscher, Stefan u.a.: Methoden der Textanalyse. Leitfaden und Überblick. Westdeutscher Verlag: Wiesbaden. 1998. S. 78.

¹³³ Vgl. Früh, Werner: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis, 5. überarbeitete Auflage. UVK Verlagsgesellschaft: Konstanz. 2001. S. 80.

- ✓ Die Kategorien eines Kategoriensystems müssen voneinander unabhängig sein (d.h. sie dürfen nicht stark miteinander korrelieren), das ist besonders für die statistische Auswertung wichtig.
- ✓ Die Ausprägungen jeder Kategorie müssen vollständig sein.
- ✓ Die Ausprägungen jeder Kategorie müssen wechselseitig exklusiv sein. Sie dürfen sich nicht überschneiden und müssen trennscharf sein.
- ✓ Die Ausprägungen jeder Kategorie müssen nach einer Dimension ausgerichtet sein (einheitliches Klassifikationsprinzip).
- ✓ Jede Kategorie und ihre Ausprägungen müssen eindeutig definiert sein.¹³⁴

In meiner Diplomarbeit untersuche ich drei verschiedene Zeitungen. Eine Kategorie bei dieser Untersuchung ist der Themenschwerpunkt der Zeitungsartikel, wobei „Themenschwerpunkt“ die Variable und deren Ausprägungen wie „Wankelmut der Parteien/AkteurInnen“, „Aufruf zum Wahlgang“ und „Studien für oder gegen die Einführung eines Berufsheeres“ sind.

Aufgrund des empirischen und theoretischen Wissens, werden die wichtigsten Dimensionen meines Forschungsproblems herausgearbeitet. Auf diese Art kann sich das Kategoriensystem mit den Zielen dieser Forschung decken. Die Forschungsfrage definiert so die Art des Kategorienschemas.

Der Anspruch auf Vollständigkeit der Ausprägungen jeder Kategorie stützt sich nicht auf alle Inhalte der Zeitungsartikel, sondern nur auf jene Inhalte, die aufgrund meiner Forschungsfragen relevant sind. Die Forderung nach Vollständigkeit ist also nur mit den auf der Fragestellung verbundenen Inhalten vollständig.

Mit Exklusivität wird verstanden, dass sich die einzelnen Kategorien gegenseitig ausschließen müssen. Somit sollen nicht eindeutige Einordnungen vermieden werden – dies geschieht oft durch Unterkategorien, welche die Einordnung der Kategorien klar und eindeutig zuordenbar machen sollen.

Ein einheitliches Klassifikationsprinzip sorgt für die Vergleichbarkeit von Daten. So ist nach Atteslander die Dimension „Schulbildung“ durch die Kategorien „Abitur“, „Realschule“ und „Hauptschule“ festgelegt. Die Realschule und die Hauptschule kann jedoch ohne Schulabschluss abgeschlossen werden, während das Abitur ein

¹³⁴ Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. 11. Neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Erich Schmidt Verlag: Berlin. 2006. S. 190.

erworbener Schulabschluss ist. Dies beschreibt ein uneinheitliches Klassifikationsschema.

Ob eine Kategorie aber wirklich eindeutig ist, erweist sich erst beim Codiervorgang. Vorsagen kann man mit exakten Definitionen eines jedem „Items“. So definiere ich in meiner Arbeit ganz genau, wen oder was ich unter AkteurInnen verstehe, damit es bei der Eingabe von SPSS zu keinen Unklarheiten kommt.¹³⁵

Auch die unterschiedlichen Ausprägungen der Variablen habe ich mittels eines Pretests verfeinert, umso ein besseres und aussagekräftigeres Ergebnis zu erhalten. Aber dazu später.

4.3. Untersuchungsmaterial

4.3.1. Kronen Zeitung

Gustav Davis, ehemals Offizier und Chefredakteur der „Reichswehr“ Zeitung gründete die „Kronen Zeitung“. Die Zeitung erschien erstmals am 2. Jänner 1900 und ein Monatsabonnent kostete nur eine Krone, woher auch der Name der „Kronen Zeitung“ herzuleiten ist.

Davis wollte eine Zeitung schaffen, die jedem Österreicher und jeder Österreicherin zugänglich ist. Leopold Lipschütz, ein bekannter Schriftsteller und Ladislaus Tuszynski, ein österreichischer Illustrator und Karikaturist, wirkten maßgeblich am Erfolg der „Kronen Zeitung“ mit. Bis 1903 fand diese Zeitung jedoch nicht den gewünschten Erfolg. Erst mit dem Mord an König Alexander und seiner Gattin gewann die „Kronen Zeitung“ an Popularität. Ein Reporterteam wurde nach Belgrad geschickt, um vor Ort über den Königsmord zu berichten. Zum Erfolg trugen auch Fortsetzungsromane und Preisrätsel bei. Bis 1938 wurden 200 Romane publiziert als auch eine sogenannte „Schatzsuche“. Auch ihr Format, so wie die Zeitung heute noch herausgegeben wird, fand bei den RezipientInnen großen Anklang.

Jedoch zeichnete sich 1938 schon das Ende der publikumsnahen Zeitung ab. Die „Kronen Zeitung“ wurde durch den Einmarsch der Nationalsozialisten in Österreich

¹³⁵ Vgl. Ebenda. S. 190f.

kontrolliert und anschließend in die „Kleine Kriegszeitung“ umgeformt. 1944 wurde die Zeitung eingestellt, was somit das vorläufige Ende bedeutete. Am 21. August 1951 verstarb Gustav Davis.

Hans Dichand, ehemaliger Chefredakteur der „Kleinen Zeitung“ und des „Kuriers“, beschloss 1958 die „Kronen Zeitung“ wieder herauszubringen. Obwohl dieses Unternehmen für viele aussichtslos schien, packte Dichand, gemeinsam mit RedakteurInnen wie Hand Weigel, die Sache an. Am 10. April 1959 war es dann soweit, die erste Nummer der „Neuen Kronen Zeitung“ erschien. Mit einer Auflage von 165.000 Stück, war sie sofort ausverkauft. 1963 bezog die „Kronen Zeitung“ das Pressehaus in Wien Heiligenstadt und die ersten regionalen Ausgaben für die Bundesländer wurden gedruckt. Nach und nach wurde die „Kronen Zeitung“ immer erfolgreicher und ist heute die meistgelesene Tageszeitung in Österreich.¹³⁶

4.3.2. Kurier

Die Tageszeitung „Neuer Kurier“, Nachfolger des „Wiener Kurier“ erschien erstmals am 18. Oktober 1954. Der „Wiener Kurier“ wurde seit August 1945 vom amerikanischen Informationsdienst in Österreich herausgegeben, um die ÖsterreicherInnen rund um das Thema Demokratie zu bilden. Jedoch erschien der „Wiener Kurier“ dann nur noch wöchentlich und wurde schließlich 1955 eingestellt.

Ludwig Polsterer, ein Großindustrieller, begann, nachdem er von der Schließung der Zeitung gehört hatte, mit den amerikanischen Behörden zu verhandeln. Polsterer garantierte die amerikanische Linie der Zeitung beizubehalten. Damit wurde der Übergang in österreichische Hände zugestimmt. Nur zwei Tage nach der Einstellung des „Wiener Kurier“ erschien der „Neue Kurier“.

Die Zeitung erschien, unter der Leitung Chefredakteurs Hand Dichand, bis zu dreimal täglich – Morgen-, Mittagsausgabe und für kurze Zeit gab es auch eine Abendausgabe.

Hugo Portisch übernahm am 1. Oktober 1958 die Chefredaktion. Die Zeitung gewinnt Landesweit an Bedeutung und an Ansehen. Der „Kurier“ ist auch mit großem Maß an

¹³⁶ Vgl. Kronen Zeitung: Die Geschichte der Kronen Zeitung. Unter: http://www.krone.at/Kronen-Zeitung/Die_Geschichte_der_Kronen_Zeitung-Damals_und_heute-Story-263526 (am 01.02.2014).

der Einleitung des Rundfunk-Volksbegehrens mitverantwortlich, welches zur Gründung des ORF führte.

1967 verließ Portisch den Kurier und Eberhard Strohal wurde sein Nachfolger. Zu dieser Zeit verkaufte Portisch, angeblich aus gesundheitlichen Gründen, den „Kurier“ an eine Industriellengruppe und die Mittagsausgabe (der „blaue Kurier“) wird eingestellt.

Günther Wessig übernimmt 1986 den Sitz des Chefredakteurs und ab 1988 wird die Tageszeitung „Kurier“ zur Gänze elektronisch hergestellt. 1988 kommt es auch zu einer Zeitungsehe mit der „Kronen Zeitung“. Gemeinsam mit der „Westdeutschen Allgemeinen Zeitung“ (WAZ) wird die Produktionstochter Mediaprint gegründet.

Heute ist Dr. Helmut Brandstätter Chefredakteur und Herausgeber.¹³⁷

4.3.3. Die Presse

„Die Presse“ erschien erstmals am 3. Juli 1848 und zwar gleich nach den revolutionären März-Ereignissen mit der Aufhebung der Zensur. Für österreichische Zeitungen bedeutete dies sehr viel, da sie erstmals zum Organ der öffentlichen Meinung wurden.

Der Erfinder der „Presse“ war August Zang, ein angesehener Mann. Anders als bei anderen Zeitungen, schrieben für „Die Presse“ professionelle JournalistInnen, welche durch die französische Schule des Pressewesens gegangen sind. „Die Presse“ vertrat eine eher politisch gemäßigte Position und verabscheute propagierende Extrempositionen.¹³⁸

*„Das Interesse der geistig regen und wirtschaftlich potenten Bevölkerungsschichten an der **res publica** war erwacht, das Sprachrohr der politischen Mobilisierung wurde eine immer selbst- und machtbewußtere (sic!) bürgerlich-liberale Presse. Und hier war es vor allem die 1864 aus der „Presse“ hervorgegangene „**Neue Freie Presse**“, die zum Fahnenträger der neuen antifeudalen, bürgerlich-kapitalistischen Eliten wurde, die mit*

¹³⁷ Vgl. Kurier: Die Geschichte des Kurier. Unter: <http://kurier.at/services/diezeitung/die-geschichte-des-kurier/714.239> (am 01.02.2014).

¹³⁸ Vgl. Die Presse: Gründung und Aufstieg. Unter: http://diepresse.com/unternehmen/geschichte/9819/Grundung-und-Aufstieg?_vl_backlink=/unternehmen/geschichte/index.do (am 06.02.2014).

dem Februarpatent 1861 ihren ersten Erfolg und mit der Dezemberversfassung von 1867 ihren Sieg errangen.“¹³⁹

Der letzte Leitartikel der „Neuen Freien Presse“ erschien im Jänner 1939 und wurde mit E. M. unterzeichnet. Nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges und fast auf den Tag genau sieben Jahre später stand dasselbe Chiffre in der neu gegründeten „Presse“. Ernst Molden stand hinter diesen Initialen und er war es auch, der „Die Presse“ trotz aller Schwierigkeiten, die der Zweite Weltkrieg für eine unabhängige Zeitung brachte, wieder zum Leben erweckte. „Die Presse“ erschien zunächst nicht als Tages- sondern als Wochenzeitung.

Nach dem frühen Tod von Ernst Molden übernimmt sein Sohn Fritz Molden den Verlag und kann sich dort beweisen.

Nachdem Kommerzialrat Fred Ungart die Verlags- und Herausgeberrechte der Zeitung übernimmt, wird an der bürgerlich-liberalen Richtung des Blattes nichts verändert.¹⁴⁰

Die grundsätzliche Haltung der „Presse“ wird mit den Worten¹⁴¹ *„in Unabhängigkeit von den politischen Parteien bürgerlich-liberale Auffassungen auf gehobenem Niveau“*¹⁴² 1974 fixiert. Somit ist es belegt, dass kein Redakteur gegen die Grundhaltung seiner Zeitung, gegen sein Gewissen und gegen die Standespflichten handeln darf.

1991, nachdem sich „Die Presse“ auf Partnersuche begeben hat, steigt die Styria in den Verlag ein und als Unternehmensform wird eine GesmbH gewählt. War die Styria 1991 Mehrheitseigentümer mit 51%, so erwirbt die Styria Medien AG 1999 die vollen 100% der Verlagsgesellschaft.¹⁴³

Im Zuge eines Relaunch der „Presse“ wirbt diese 2001 den vielversprechendsten Jungjournalisten des Landes von der Tageszeitung „Standard“ ab. Dieser Mann war und ist kein anderer als Michael Fleischhacker. Fleischhacker war für die weitere Entwicklung der „Presse“ entscheidend, ob im Online-Bereich oder in diversen

¹³⁹ Die Presse: Die Neue Freie Presse. Unter: http://diepresse.com/unternehmen/geschichte/9835/index?_vl_backlink=/unternehmen/geschichte/index.do (am 06.02.2014).

¹⁴⁰ Vgl. Die Presse: Die Neugründung nach dem Zweiten Weltkrieg. Unter: http://diepresse.com/unternehmen/geschichte/10765/Die-Neugrundung-nach-dem-Zweiten-Weltkrieg?_vl_backlink=/unternehmen/geschichte/index.do (am 06.02.2014).

¹⁴¹ Vgl. Die Presse: Die Jahre der Modernisierung. Unter: http://diepresse.com/unternehmen/geschichte/10768/Die-Jahre-der-Modernisierung?_vl_backlink=/unternehmen/geschichte/index.do (am 06.02.2014).

¹⁴² Ebenda.

¹⁴³ Vgl. Ebenda.

Ressorts, wie dem Feuilleton. Heute ist Michael Fleischhacker seit 2004 Chefredakteur der Tageszeitung „Die Presse“.¹⁴⁴

4.3.4. APA – Austria Presse Agentur

Die österreichische Nachrichtenagentur APA ist der führende Informationsdienstleister Österreichs. Sie besitzt den ORF und 15 österreichische Tageszeitungen.

Die APA ist wie eine eingetragene Genossenschaft aufgestellt und garantiert die Unparteilichkeit sowie die Unabhängigkeit der Austria Presse Agentur. Bis auf „Die Kronen Zeitung“ und die „HEUTE“ sind alle österreichischen Tageszeitungen Genossenschafter der APA.

Alle Mitgliedsmedien, egal wie erfolgreich sie sind, welche Auflage sie haben etc, haben freien Zugang und vor allem gleichen Zugang zu den APA-Informationen. Durch diese Struktur trägt die APA einen entscheidenden Teil zur Medienvielfalt in Österreich bei.

Die Austria Presse Agentur versteht Leitmedien Österreichs und ist als Primär-Informationsquelle zu sehen – sie ist quasi der Lieferant von Informationen. Ihre Informationsdienstleistungen stellt sie heimischen Medien, wie beispielsweise Tageszeitungen, Radio und Fernsehen, Online-Diensten sowie Zeitschriften, zur Verfügung.

Ebenso liefert sie Informationsdienstleistungen an InformationsmanagerInnen in Institutionen, Politik oder Unternehmen, die diese Informationen brauchen, um ihre tägliche Arbeit verrichten zu können.

Informationstechnologie, Informationsmanagement, Nachrichtenagentur und Bildagentur sind die vier Geschäftsfelder, in denen die APA-Gruppe tätig ist. Die APA-Redaktionen kümmern sich um Nachrichtendienste in Bild, Grafik, Wort, Video als auch Audio und das auf dem aktuellsten Stand und 24 Stunden am Tag.¹⁴⁵

„Dem Basisdienst, dem Kernprodukt der APA-Redaktion, kommt dabei eine Schlüsselrolle zu. Der Basis-Nachrichtendienst, der nach den Grundsätzen

¹⁴⁴ Vgl. Die Presse: Nach der Jahrtausendwende. Unter: <http://diepresse.com/unternehmen/geschichte/104183/> (am 06.02.2014).

¹⁴⁵ Vgl. APA: Unter: http://www.apa.at/Site/Nachrichtenagentur/The_value_of_Information.de.html (am 31.03.2014)

Zuverlässigkeit, Schnelligkeit und Ausgewogenheit erstellt wird, erfüllt die Funktion eines „Public Service“. Er erhebt den Anspruch, Fakten zu berichten – jederzeit, verlässlich, unparteiisch, umfassend und zeitnah.“¹⁴⁶

Im privaten Auftrag erfüllt die APA damit eine „öffentliche Aufgabe“. Die Austria Presse Agentur unterliegt keinen Kontrollen oder Beeinflussungen und sie bezieht auch keine Presseförderung oder ähnliches und ist wirtschaftlich unabhängig. Dies verdankt sie ihrem genossenschaftlich organisierten Aufbau als auch ihrem wirtschaftlichen Erfolg. Die APA selbst bezeichnet ihren wirtschaftlichen Erfolg als DIE Voraussetzung für ihre Dienste und Aufgaben.

Die APA ist eines der größten Datenbankunternehmen im deutschsprachigen Raum – in Österreich das Größte. Die APA stellt 360 Datenbanken mit etwa 130 Millionen Dokumenten zur Verfügung.¹⁴⁷

Für diese Diplomarbeit arbeite ich mit dem Verbreitungsportal www.ots.at, welches als professionelles und etabliertes Portal gilt.¹⁴⁸

In diese Datenbank kann ich nun den gewünschten Zeitraum eingeben, von dem ich die Presseaussendungen der verschiedensten Parteien Österreichs etc. erhalten möchte.

Ausgehend von dieser Datenbank ist es mir somit möglich Vergleiche anzustellen, ob die Behauptungen, Argumente, Zweifel, Aussagen etc. der AkteurInnen, von JournalistInnen verändert oder wortident wiedergegeben wurden.

4.4. Untersuchungszeitraum

Die gerade beschrieben drei Tageszeitungen werde ich im Zeitraum von 1. Jänner 2013 bis 20. Jänner 2013 untersuchen. Dazu werde ich die Berichte der Tageszeitungen mit OTS Meldungen, aus demselben Zeitraum miteinander vergleichen. Am 20. Jänner 2013 fand die Volksbefragung „Berufsheer ja, oder nein“ statt – den größten Teil an Berichterstattung gab es drei Wochen vor der ersten

¹⁴⁶ Ebenda.

¹⁴⁷ Vgl. Ebenda.

¹⁴⁸ Vgl. APA: Unter: http://www.apa.at/Site/Informationsprodukte_und_-loesungen.de.html (am 31.03.2014)

bundesweiten Volksbefragung. Aus diesem Grund habe ich mich für die ersten drei Jännerwochen im Jahr 2013, als Untersuchungszeitraum entschieden.

4.5. Das Codebuch

Das Codebuch enthält insgesamt 17 Untersuchungsvariablen und beschreibt die genauen Erklärungen der einzelnen Kategorien. Das Codebuch dient dazu, diese Untersuchung für andere Betrachter transparent zu machen. Der Codebogen wird im Computerprogramm SPSS erstellt. Anschließend können die eingegebenen Daten aller Zeitungsartikel und OTS Meldungen mithilfe der SPSS Software ausgewertet werden.

1) Codierernummer

Da es in dieser Untersuchung nur einen Codierer gibt, wird hier immer dieselbe Zahl – 1 – eingetragen.

- 2) Medium:
- 1) Die Presse
 - 2) Kurier
 - 3) Kronen Zeitung

In welchem Medium ist dieser Artikel erschienen.

3) Datum

Beschreibt das Datum des erschienen Artikels.

4) Titel der Berichterstattung

Wie lautet der Titel des erschienen Artikels?

- 5) Umfang: In dieser Zeile wird die genaue Anzahl der Zeilen eines Artikels eingetragen.
- 6) Ressort:
- 1) Titelseite
 - 2) Innenressort (österr. Politik)
 - 3) Wirtschaft
 - 4) Kommentar oder Leserbrief
 - 5) Chronik (Regionales)
 - 6) Andere

In welchem Ressort befindet sich der erschienene Artikel.

7) Ressort pro Medium: Da jede Zeitung eine andere Ressorteinteilung hat, wird hier das jeweilige Ressort des Mediums als Textvariable zusätzlich eingetragen.

8) Bilder: Hier wird die Anzahl der Bilder pro Artikel eingetragen.

- 9) Themenschwerpunkte:
- 1) Wankelmut der Parteien/AkteurInnen
 - 2) Aufruf zum Wahlgang
 - 3) Studien für oder gegen die Einführung eines Berufsheeres
 - 4) Alltag eines Soldaten (Reportagen)
 - 5) Pro und Contra Argumente
 - 6) Befragung eines Regierungsmitgliedes oder ExpertInnen (Interview)
 - 7) Aus Sicht der SPÖ
 - 8) Aus Sicht der ÖVP
 - 9) Anderes
 - 10) Frauen für das Heer
 - 11) Kritik an ÖVP und SPÖ

Hier geht es um die Zuordnung des Hauptthemas des erschienen Artikels. Wenn ein Artikel aus mehreren Themen bestehen sollte, so nehme ich das Hauptthema bzw. das Thema, welches am stärksten behandelt wird. Sollte es zu einer Gleichstellung der Themenschwerpunkte innerhalb eines Artikels kommen, so wird das erstgenannte Thema in die Untersuchung miteinfließen.

- 10) Zweifeläußerung:
- 1) ja, sind vorhanden
 - 2) nein, sind nicht vorhanden

Kamen in dem erschienen Artikel Zweifel vor oder nicht?

11) Name von AutorIn/JournalistIn

- 12) AutorIn – Kategorien:
- 1) JournalistIn des Mediums
 - 2) GastautorIn (gilt für Leserbriefe und Gastkommentare)
 - 3) Nachrichtenagentur (apa)
 - 4) JournalistIn und Agentur (red.apa.)
 - 5) keine Angabe

Hier wird ermittelt, wer der Autor/die Autorin des erschienen Artikels ist.

13) Darstellungsform: 1) Nachricht, Meldung

- 2) Bericht
- 3) Hintergrundberichterstattung
- 4) Interviews
- 5) Meinungsbeiträge, Kommentare, Kolumnen, Glossen von JournalistInnen des jeweiligen Mediums
- 6) Meinungsbeiträge, Kommentare von KolumnistInnen, GastautorInnen anderer Medien
- 7) Leserbriefe
- 8) Sonstiges

Zu Nachricht, Meldung: Eine sehr kurze, kaum über 20 – zeilige Darstellungsform, die sich nur der Tatsachenwiedergabe widmet. In dieser Darstellungsform kommt nur sehr selten eine Meinung oder Wertung vor. Auf vielen Seiten sind die Nachrichten meist in einer Spalte konzentriert und tragen den Titel „Meldungen“ oder ähnliches.

Zu Bericht: Der Bericht kann als verlängerte Nachricht gesehen werden. Die Berichterstattung ist umfangreicher als die Nachricht. Das Wichtigste steht am Anfang.

Zu Hintergrundberichterstattung: Enthält teilweise eine persönliche und subjektive Färbung. Es handelt sich hier meist um eine umfangreiche Darstellung des Themas und beginnt oft mit einem szenischen Einstieg. Als Stilmittel wird häufig die eigene Perspektive gewählt. Dabei handelt es sich nicht unbedingt um den Autor selbst, sondern um andere.

Zu Interview: Ein Dialog zwischen mindestens zwei Personen, wobei der Autor/die Autorin die Position der Fragenden einnimmt.

Zu Meinungsbeträgen des jeweiligen Mediums: Hier werden die Geschehnisse der Berufsheerdebatte interpretiert und bewertet. Häufig ist diese Darstellungsform von Ironie und Satiren geprägt.

Zu Meinungsbeiträgen der GastautorInnen: Diese geben die Meinung wieder, welche nicht der Redaktion zuzuschreiben sind.

14) Zweifel von : 1) JournalistInnen

- 2) AkteurInnen
- 3) ExpertInnen
- 4) GastautorInnen
- 5) keine Zweifel
- 6) sonstige

Wer hat Zweifel geäußert?

15) Welche Zweifel: 1) Zweifel an Legitimität

- 2) Zweifel an Wahrhaftigkeit
- 3) Zweifel an Verständlichkeit
- 4) Zweifel an Wahrheit der Aussagen
- 5) anderer Zweifel

Wenn in einer Berichterstattung mehrere Zweifel geäußert werden, so beziehe ich mich auf den stärksten Zweifel. Sollten alle geäußerten Zweifel in einer Berichterstattung gleich schwerwiegend sein, so nehme ich den erstgenannten Zweifel für die Untersuchung.

Die Zweifel richten sich hier nach den Geltungsansprüchen nach Habermas.

- 16) Begründungen: 1) einfache Begründung(en)
2) pauschale Begründung(en)
3) spezifische Begründung(en)

Hier wird unter drei verschiedenen Arten von Begründungen unterschieden. Sollte ein Artikel mehrere Begründungen enthalten, so beziehe ich mich auf die Begründung die dem geäußerten Zweifel zuzuordnen ist. Wenn in diesem Bericht jedoch kein Zweifel geäußert wird, so werde ich mich auf die stärkste Begründung für eine Position und/oder ein Argument beziehen.

- 17) Übereinstimmung mit OTS Meldungen: 1) ja
2) nein
3) kommt nicht in OTS Meldungen vor
4) Es handelt sich um Leserbriefe
5) Kommt teilweise vor und stimmt überein
6) Kolumne, kommt nicht vor
7) Kolumne, kommt vor

Stimmt der erschienene Artikel, Leserbrief oder die Kolumne mit den OTS Meldungen aus demselben Zeitraum überein bzw. kommen Zitate vor oder nur teilweise oder gar nicht?

4.6. Operationalisierung

Hier sollen nun Begriffe, die sowohl bei der Inhaltsanalyse, als auch im Codebuch verwendet werden, definiert werden. Dazu sollen zum einen Erläuterungen aus der Literatur verwendet werden, sowie Textbeispiele des Untersuchungsmaterials. Dieses Verfahren dient der Verständlichkeit dieser Begriffe und die Textbeispiele haben den Zweck der Verdeutlichung.

4.6.1. Zweifel

Unter Zweifel verstehe ich all jene Äußerungen, die eine Beanstandung oder eine Beschwerde darstellen und mit Skepsis zusammenhängen.

Hierbei wird untersucht, ob Zweifel von Seiten des/der Journalisten/Journalistin oder des/der Akteuren/Akteurin geäußert wurde.

Indikatoren für Zweifel sind in etwa: „Es ist fraglich...“, „Offen bleibt...“, „Es ist zweifelhaft...“

Beispiele aus dem Untersuchungsmaterial: *„Was passiert, wenn die Bevölkerung sich am 20. März [Fehler in der Berichterstattung, gemeint ist Jänner] für ein Berufsheer ausspricht? Verteidigungsminister Norbert Darabos (SPÖ) und die Berufsheeranhänger gehen von einem nahtlosen Übergang aus. Doch die Umstellung wirft einige Fragen auf.“*

Zunächst muss geklärt werden, wer überhaupt noch einberufen wird.“¹⁴⁹

Zweifel nach Habermas

Nachdem geklärt wurde, wer Zweifel geäußert hat, stellt sich noch die Frage, nach welchen Geltungsansprüchen, nach Habermas, diese Zweifel geäußert wurden.

Als Ausgangspunkt des Verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit (VÖA) Konzeptes dient Habermas und seine Theorie des kommunikativen Handelns. In dieser Theorie definiert er die Notwendigkeiten für Verständigung.

Um eine störungsfreie Kommunikation erzielen zu können, benötigen die KommunikationspartnerInnen die Kenntnis über die oben genannten Notwendigkeiten bzw. Geltungsansprüche.

Diese wären Verständlichkeit, Wahrheit, Wahrhaftigkeit und Richtigkeit.

Unter Verständlichkeit versteht man, dass die KommunikationspartnerInnen eine gemeinsame Sprache sprechen bzw. beherrschen. Sie müssen „verständlich“ kommunizieren.

¹⁴⁹ Fritzl, Martin: „Das wird sich alles nicht ausgehen“ In: Die Presse. Nr. 9. Am: 9 Jänner. S.3.

Des Weiteren müssen die Gesprächsbeteiligten annehmen können, dass der jeweils andere die Wahrheit sagt und seine/ihre Aussagen der Wirklichkeit entsprechen.

Unter Wahrhaftigkeit versteht man „vertrauenswürdig“ zu sein. In einer Verständigung muss zum Ausdruck gebracht werden, dass man sein Gegenüber nicht täuschen will. Folglich müssen auch die jeweiligen Absichten klar formuliert werden.

Spricht Habermas von der Richtigkeit, so ist damit gemeint, dass der/die jeweilige GesprächspartnerIn seine/ihre Absichten und/oder Interessen vertritt und von den anderen akzeptiert werden. Sie sehen es als legitim an, gleichzeitig werden weder ihre Werte noch Normen verletzt.

Werden diese Punkte erfüllt, spricht man von verständigungsorientierter Kommunikation. Es herrscht ein Einverständnis über die Gesprächsinhalte und der jeweils andere vertraut und akzeptiert die Aussagen des Gegenüberliegenden.¹⁵⁰

Um diese 4 Zweifel nach Habermas besser zu veranschaulichen, hier nun jeweils ein Beispiel aus dem Untersuchungsmaterial.

Zweifel an der Legitimität: *„Schießerei. Was? „Ich hab´ in meiner ganzen Grundausbildung nur zwei Mal scharf geschossen.“ Eine ernsthafte Schieß-Ausbildung sehe anders aus. Wendl erinnert sich an noch Etwas. „Ich war in einer Fernmelde-Einheit. Aber glauben Sie, man hätte mir in all den Monaten gezeigt, wie man ein Funkgerät bedient?“¹⁵¹*

Zweifel an der Wahrhaftigkeit: *„Diese Woche war bekannt geworden, dass Rauch nicht gedient hatte, weil er untauglich war – wegen eines Knieschadens. Ackerl kampflustig: „Spindelegger und er sind glühend dafür, dass junge Menschen Pflichten für das Vaterland erfüllen. Wann erfüllt Herr Rauch diese Pflicht?“ Auch den Wehersatzdienst thematisierte Ackerl: „Noch heute werden junge Männer auf Verlangen der ÖVP mit einem drei Monate längeren Zivildienst bestraft.“ Böser Nachsatz, indem er auf die einstige körperliche Beschwerde des ÖVP-Generals*

¹⁵⁰ Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/Weimar. 2002. S. 19f.

¹⁵¹ Böhmer, Christian: 20 – Kilometer – Marsch mit Kampfanzug – „So kommst du an deine Grenzen“. In: Kurier. Nr. 4. Am: 4. Jänner 2013. S.3.

anspielte: „Nicht einmal Zivildienst hat Herr Rauch geleistet, obwohl man da nicht knien muss.“¹⁵²

Anmerkung: Der Geltungsanspruch der Wahrhaftigkeit ist nicht diskursfähig. Er kann nicht, wie in den beiden oben gezeigten Fragestellungen, mit Argumenten eingelöst werden. Der/Die kommunikativ Handelnde kann lediglich in der Konsequenz seiner Taten zeigen, dass er/sie das Gesagte auch so gemeint hat.¹⁵³

Dieses Beispiel verdeutlicht aber, dass ein bereits vergangenes Handeln Grund für den Zweifel der Wahrhaftigkeit ist. Daher habe ich diese Art des Zweifels mit in die Untersuchung genommen, wobei dieser nur äußert selten vorkommt.

Zweifel an der Verständlichkeit: *„Bundeskanzler Werner Faymann brüskiert die Wehrpflicht-Befürworter, wenn er sagt: „Im schlechtesten Fall bleibt’s, wie es ist.“ (lt. „Heute“ vom 11.11.2013) Das sagt er, obwohl er weiß, dass alle Umfragen bisher eine Bevölkerungsmehrheit für die Beibehaltung der Wehrpflicht und des Zivildienstes ergeben haben. Damit bleibt er auf seiner stets praktizierenden Linie, dass Umfrageergebnisse – mit oft großer Mehrheit gegen seine politischen Ambitionen – ungeachtet bleiben. Niemand hat das gesagt, dass alles so bleiben soll, wie es ist, denn die Wehrpflicht-Befürworter wollen ja selbstverständlich auch dringend notwendige Verbesserungen im Bereich des Bundesheeres, nicht aber eine Systemänderung.“¹⁵⁴*

Zweifel an der Wahrheit der Aussagen: *„Nur ein Systemwechsel von der Wehrpflicht zu einem Profiheer zwingt zu tiefgreifenden Reformen. Sie sind die einzige Chance, das Bundesheer zukunftsfähig zu machen für die Aufgaben, die es wahrnehmen muss: militärische Einsätze im Ausland – also Friedenseinsätze – und Katastropheneinsätze*

¹⁵² Ertl, J. u.a.: Jetzt wird nur noch scharf geschossen. Volksbefragung. SP-Kanzler und VP-Vizekanzler lieferten sich in Oberösterreich ein hartes Fernduell. In: Kurier. Nr. 10. Am: 10.01.2013. S. 4.

¹⁵³ Vgl. Burkart, Roland: Public Relations als Konfliktmanagement. Ein Konzept für verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Untersucht am Fallbeispiel der Planung von Sonderabfalldeponien in Niederösterreich. Studienreihe Konfliktforschung 7. Wilhelm Braumüller Verlag: Wien. 1993. S. 24.

¹⁵⁴ Lebeth, Franz: Keine Abschaffung! In: Kronen Zeitung. Nr. 14. Am: 14.01.2013. S. 22.

*im Inland. Dass ein Ja zum Profiheer den Beitritt zur NATO bedeutet, ist ein großer Irrtum bzw. eine bewusste Fehlinformation.*¹⁵⁵

4.6.2. Begründungen

Als Begründungen verstehe ich nun die Rechtfertigung eines Zweifels. Wenn ein Akteur/eine Akteurin oder ein Journalist/eine Journalistin Zweifel äußert, argumentieren diese Personen ihre Zweifeläußerung argumentativ mit einer Begründung.

Hierzu unterscheide ich 3 verschiedene Arten von Begründungen:

Pauschale Begründung: Diese Art der Begründung ist eher allgemein gehalten und wird nicht näher konkretisiert. Die pauschale Begründung gibt keine Zahlen oder Fakten an, sondern basiert lediglich auf einer oberflächlichen Argumentation.

Einfache Begründung: Darunter versteht man durch einen Verweis auf eine einzige Tatsache unterstützte Begründung. Es wird nur ein Faktum zur Untermauerung genannt.

Spezifische Begründung: Sie ist durch mehrere Daten, Zahlen und Fakten bewiesen. Oftmals werden Fakten einer Studie als Beweis herangezogen. Es handelt sich um eine ausführliche Begründung, worauf sich Zweifel stützen.¹⁵⁶

Zur Verdeutlichung der unterschiedlichen Begründungen seien nun auch hier Textbeispiele angeführt:

Pauschale Begründungen: *„Vielleicht könnte man beide Modelle zu ähnlichen Kosten auf die grüne Wiese stellen. Aber wer Tausende Beamte loswerden will, muss sehr viel*

¹⁵⁵ Kamer, Gerald: PROFI-HEER. Gerald Kamer, Ex-Brigadier und Heeresexperte. In: Die Kronen Zeitung. Nr. 19. Am: 19.01.2013. S. 9

¹⁵⁶ Vgl. Burkart, Roland/ Russmann, Uta/ Grimm, Jürgen: Wie verständigungsorientiert ist Journalismus? Ein Qualitätsindex am Beispiel der Berichterstattung über Europa im Österreichischen Nationalratswahlkampf 2008. In: Pöttker, Horst/ Schwarzenegger, Christian: Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Köln: Harlem Verlag. S.256-281. 2010. S. 261f.

*Steuergeld haben. Das werden die Krone-Leser nie erfahren, weil es für die Zeitung ja nicht ums Heer, sondern den Beweis ihrer Kampagnenfähigkeit geht.*¹⁵⁷

*Einfache Begründung: „Erstmals seit längerer Zeit dürfen die Österreicher wieder über eine sachpolitische Frage abstimmen. 1978 war es die friedliche Nutzung der Kernenergie, 1995 der EU-Beitritt. Und nun also das Berufsheer. Dabei ist es keineswegs die Wiederentdeckung der direkten Demokratie, die uns die Volksbefragung beschert hat. Diese ist schlicht und einfach ein besonders skurriler Ausläufer des Föderalismus und Ergebnis der realen Machtstrukturen in den Koalitionsparteien.“*¹⁵⁸

*Spezifische Begründung: „Doch die Frage, wie wichtig das Bundesheer im Katastrophenschutz ist, ist durchaus umstritten ... 12 000 Soldaten sollen für den Katastrophenschutz zur Verfügung stehen. Das ist allerdings ein Notfallszenario, das recht selten eintritt: Erst ein einziges Mal, beim Donauhochwasser im August 2013 war ein derartiger Aufwand überhaupt notwendig. Im Normalfall spielt die Katastrophenhilfe eine deutlich geringere Rolle. In den vergangenen fünf Jahren waren 400 bis 2900 Rekruten pro Jahr im Katastropheneinsatz – das waren zwischen 1,8 und 13,2 Prozent der eingezogenen Grundwehrglieder.“*¹⁵⁹

4.6.3. ExpertInnen

Unter ExpertInnen werden all jene Personen verstanden, die sich mit ihrer spezifischen Kompetenz aus einem Wissensbereich abgrenzen. ExpertInnen sind aber nicht nur jene Menschen, die über Wissen verfügen, sondern es kennzeichnet sie genauso der Weg dorthin. Wenn jemand im Zuge seiner Ausbildung theoretisches Wissen

¹⁵⁷ Brandstätter, Helmut: Volksbefragung als Kampagnentest. In: Kurier. Nr. 7. Am: 7. Jänner 2013. S. 2.

¹⁵⁸ Fritzl, Martin: Das Spielzeug der Landeschefs. Den heutigen Urnengang gibt es nur, weil Bürgermeister Michael Häupl und Landeshauptmann Erwin Pröll ein zugkräftiges Thema für ihre Wähler gesucht – und das Bundesheer dafür gefunden haben: Die Geschichte einer Volksbefragung. In: Die Presse. Nr. 20. Am: 20. Jänner 2013. S.4.

¹⁵⁹ Fritzl, Martin/ Bonavida, Iris: Ein Randthema entscheidet. Katastrophenhilfe. 12.000 Soldaten waren beim Jahrhunderthochwasser 2002 im Einsatz. In anderen Jahren spielt das Thema aber nur eine untergeordnete Rolle. In: Die Presse. Nr. 11. Am: 11. Jänner 2013. S. 4.

gesammelt hat und dazu noch mehrjährige berufliche Erfahrung in eben diesem Fachgebiet nachweisen kann, kann sich als ExpertIn bezeichnen.¹⁶⁰

ExpertInnen sind demnach Fachleute, Sachverständige und/oder KennerInnen.¹⁶¹

4.7. Eckdaten der Untersuchung

Hier seien noch in aller Kürze die Eckdaten der Inhaltsanalyse aufgezeigt.

Untersuchungsmaterial: Untersucht werden die Tageszeitungen „Kurier“, „Die Presse“ und „Kronen Zeitung“.

Untersuchungszeitraum: Dieser erschließt sich von 1. Jänner 2013 bis 20. Jänner 2013.

Was wird untersucht?: Untersucht wurden 274 Artikel aus den ausgewählten Tageszeitungen und 191 Presseaussenden der APA. Anhand dieses Untersuchungsmaterials will ich nun Folgendes herausfinden: Handelt es sich um diskursiven Journalismus und wenn ja, wie hoch ist der Grad an Diskursivität? Es werden die Anzahl der Zweifel als auch der Begründungen untersucht und um welche Art es sich jeweils handelt. Des Weiteren wird untersucht, ob die Berichterstattungen der drei ausgewählten Tageszeitungen mit den Presseaussendungen der APA (Austria Presse Agentur) übereinstimmen.

Wie wird untersucht?: Mittels der quantitativen Inhaltsanalyse werden die Forschungsfragen beantwortet.

Als Auswertungsprogramm dient das Statistikprogramm SPSS.

Im Zuge der Volksbefragung „Berufsheer ja oder nein“ werden in den verschiedenen Tageszeitungen die AkteurInnen und Parteien, die Thematik an sich und die weitere Vorgehensweise kommentiert.

Angelehnt an den Geltungsansprüchen nach Habermas und beruhend auf den Untersuchungen nach Burkart über Verständigungsorientierten Journalismus bietet das

¹⁶⁰ Vgl. Nölleke, Daniel: Experten im Journalismus. Systemtheoretischer Entwurf und empirische Bestandsaufnahme. 2. Band. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. 2013. S. 49.

¹⁶¹ Vgl. Stehr, Nico/ Grundmann, Reiner: Expertenwissen. Die Kultur und die Macht von Experten, Beratern und Ratgebern. 1. Auflage. Velbrück Wissenschaft: Weilerswist. 2010. S. 16.

Untersuchungsmaterial eine gute Basis zur Analyse, ob es sich hier um diskursiven Journalismus handelt und wenn ja, wie hoch der Grad an Diskursivität ist.

4.8. Pretest

Anhand des Kategoriensystems, welches auf meinen Forschungsfragen und Hypothesen beruht, wurde ein Pretest mit etwa 15% des Untersuchungsmaterials durchgeführt. Der Entwurf des Kategoriensystems wurde somit auf seine Vollständigkeit überprüft.

Resultierend aus dem Pretest wurden folgende Änderungen durchgeführt:

Die Erklärungen im Codebuch mussten verfeinert werden, um die Trennschärfe und Eindeutigkeit zu garantieren. Außerdem war dies ein wichtiger Schritt, um die Nachvollziehbarkeit von Außenstehenden gewährleisten zu können.

Des Weiteren wurden vereinzelt Ausprägungen der Kategorien erweitert, da sich gezeigt hat, dass vor allem unter den Punkten „Themenschwerpunkt“, „Zweifel von“ und „Übereinstimmung mit OTS Meldungen“ Bedarf gegeben ist.

Mit diesem Pretest und den vollzogenen Änderungen ist nun gewährleistet, dass es sich um ein aussagekräftiges Kategoriensystem handelt.

5. Beantwortung der Forschungsfragen

In diesem Kapitel sollen nun die Forschungsfragen und Hypothesen dieser Untersuchung beantwortet werden. Mithilfe von Balkendiagrammen soll eine gute Übersicht der Ergebnisse geschaffen werden. Jene Diagramme sind in absoluten Zahlen dargestellt.

Vorweg genommen werden kann, dass besonders bei der dritten Forschungsfrage und der dazugehörigen Hypothese es zu überraschenden Ergebnissen gekommen ist.

Die nachfolgende Grafik schafft einen guten Überblick über die Anzahl der untersuchten Artikel bzw. die Anzahl der publizierten Artikel, Leserbriefe usw. pro Medium.

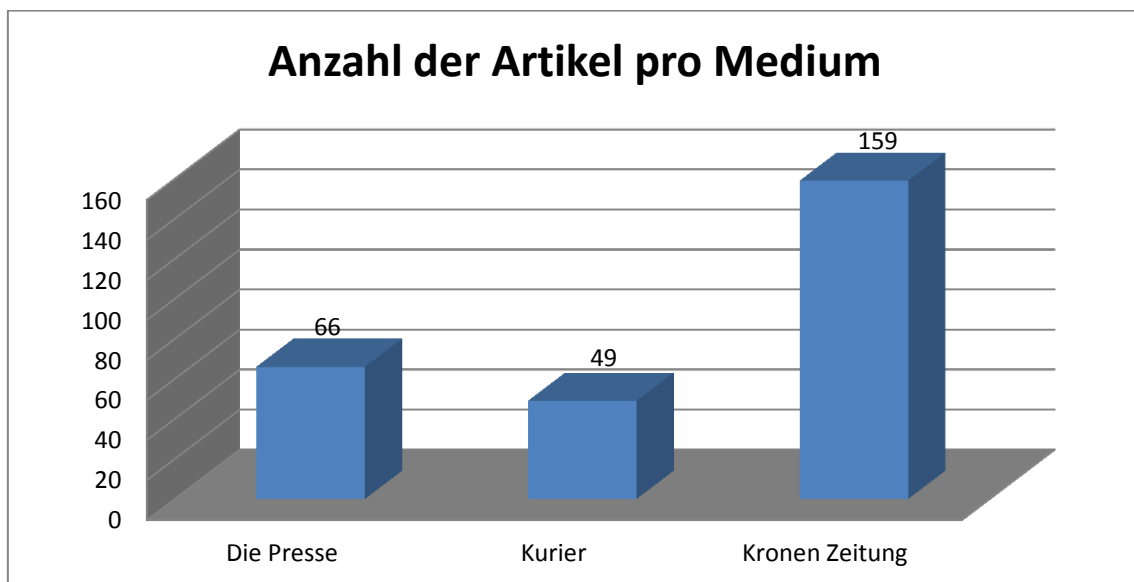


Abbildung 6: Anzahl der Artikel pro Medium¹⁶²

Insgesamt wurden 274 Artikel untersucht, welche sich, wie in der Grafik oben dargestellt, aufteilen. Da es hier zu sehr großen Unterschieden bezüglich der Anzahl der erschienenen Artikel, Leserbriefe usw. pro Medium gekommen ist, werden auch immer Prozentzahlen in Bezug auf die publizierten Artikel pro Medium unter den Grafiken angegeben.

¹⁶² Eigene Darstellung

FF1: Welche Zweifel äußern JournalistInnen an den Meinungen/Positionen der vorkommenden AkteurInnen innerhalb der Berichterstattung über die Einführung eines Berufsheeres im Zeitraum von 1. bis 20. Jänner 2013, in den Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“?

H1: Wenn Zweifel aus journalistischer Perspektive geäußert werden, dann sind es Zweifel an der Wahrheit der Kommunikatoren und an der Legitimität von Handlungen.

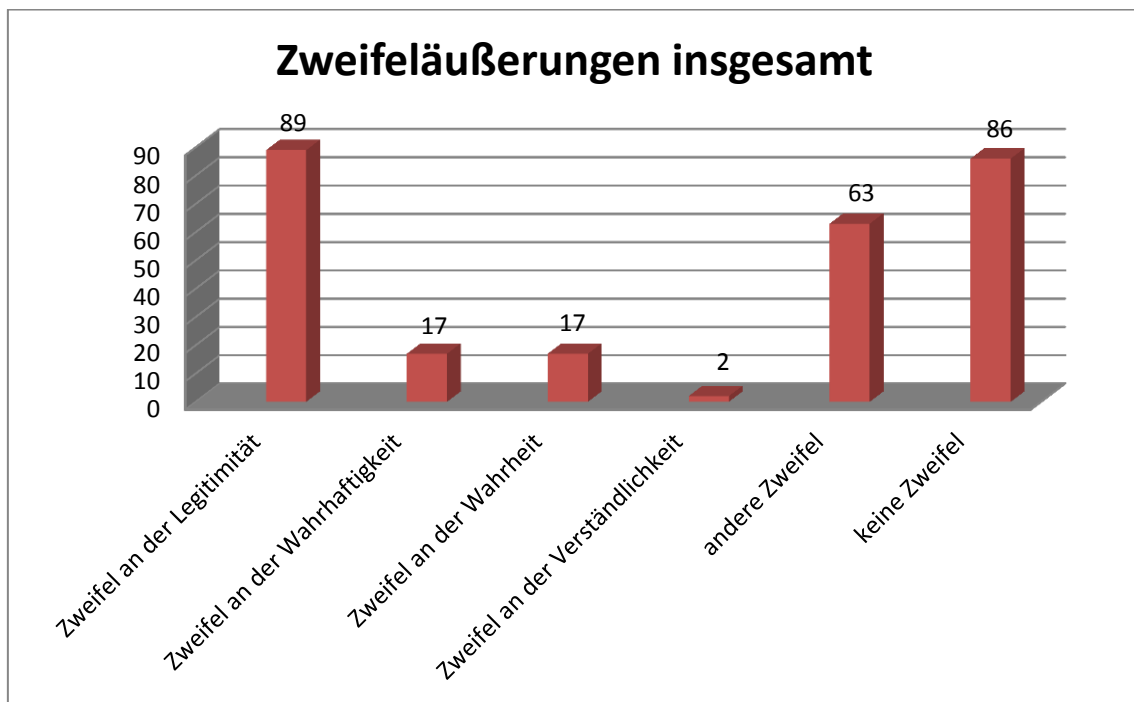


Abbildung 7: Zweifeläußerungen insgesamt¹⁶³

Bevor diese Forschungsfrage und die dazugehörige Hypothese nun beantwortet werden, sind hier einige Grafiken für ein umfassenderes Verständnis aufgelistet.

Von allen Personen, welche Zweifel geäußert haben, nämlich insgesamt 188 mal bzw. 69% Zweifeläußerungen, beruhen diese zum Großteil an den Zweifeln der Legitimität, nach Habermas.

Die Handlungen, Taten, Äußerungen der AkteurInnen/Parteien werden als nicht richtig bzw. nicht legitim angesehen. Dies ist insgesamt 47% der Fall. Zweifel an der Wahrhaftigkeit und an der Wahrheit halten sich mit jeweils 9% die Waage. Zweifel an der Wahrhaftigkeit können, wie weiter vorne in der Arbeit erwähnt, jedoch nicht

¹⁶³ Eigene Darstellung

diskursiv eingelöst werden. Dennoch habe ich auch diese Zweifeläußerungen berücksichtigt.

Zweifel an der Verständlichkeit kommen, wie auch erwartet, nur zu 1% vor. „Andere“ Zweifel hingegen bzw. Zweifel, die nicht auf der Theorie des kommunikativen Handelns, nach Habermas, beruhen, sind hier zu 34% aufgelistet. Diese Art der Zweifel waren jene, welche keiner Kategorie, nach Habermas, eindeutig zugeordnet werden konnten.

In allen drei Tageszeitungen wurden in 86 Artikeln von insgesamt 274 bzw. zu 31% keine Zweifel geäußert.

Die nachfolgende Grafik soll Aufschluss darüber geben, wer wie viele Zweifel geäußert hat.

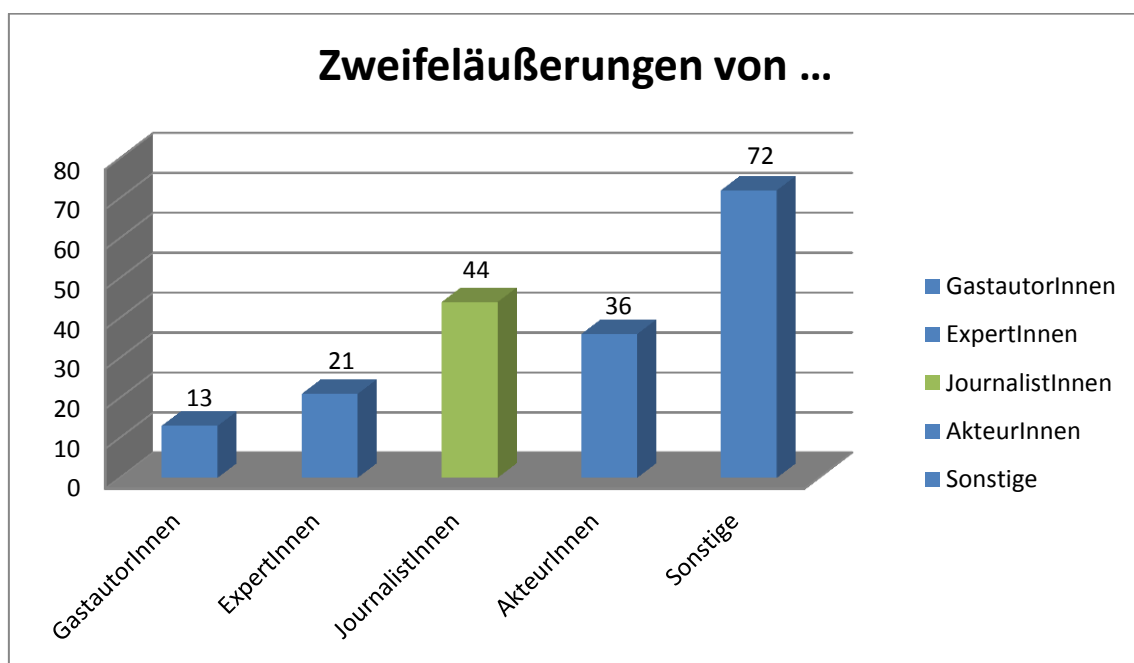


Abbildung 8: Zweifeläußerungen von ...¹⁶⁴

Insgesamt äußerten JournalistInnen 44 mal Zweifel in der Berichterstattung der drei ausgewählten Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“.

In Anbetracht der 274 untersuchten Artikel, scheinen die 16% Zweifeläußerungen aus der Perspektive der JournalistInnen nicht gerade viel.

¹⁶⁴ Eigene Darstellung

Berücksichtigt man die AutorInnen von Leserbriefen, welche 99% von dem Punkt „Sonstige“ ausmachen, so äußert das Publikum 38% aller Zweifeläußerungen und sind somit gefolgt von JournalistInnen, welche 23% Zweifeläußerungen tätigen.

Diese Untersuchung zeigt, dass in den Leserbriefen so gut wie immer Zweifel gefunden wurden. Dass zeugt davon, dass die RezipientInnen (oder die Redaktion – bei der „Kronen Zeitung“ bin ich mir da nicht ganz sicher) gerade deswegen Leserbriefe verfassen - sie wollen ihre Meinung kundtun und Kritik üben. Sie nützen dieses Sprachrohr, um „Gehör zu finden“.

In diesem Fall ist es nicht der Journalist/die Journalistin, welche(r) die Menschen vertritt – nein - sie kommen selbst zu Wort und nutzen diese Chance auch.

AkteurInnen äußern zu 20% Zweifel, während ExpertInnen zu 12% Zweifel äußern. Am wenigsten äußern GastautorInnen Zweifel, nämlich insgesamt nur zu 7%.

Die nächste Grafik zeigt nun, welche Zweifel nach Habermas von JournalistInnen der drei ausgewählten Tageszeitungen geäußert wurden.

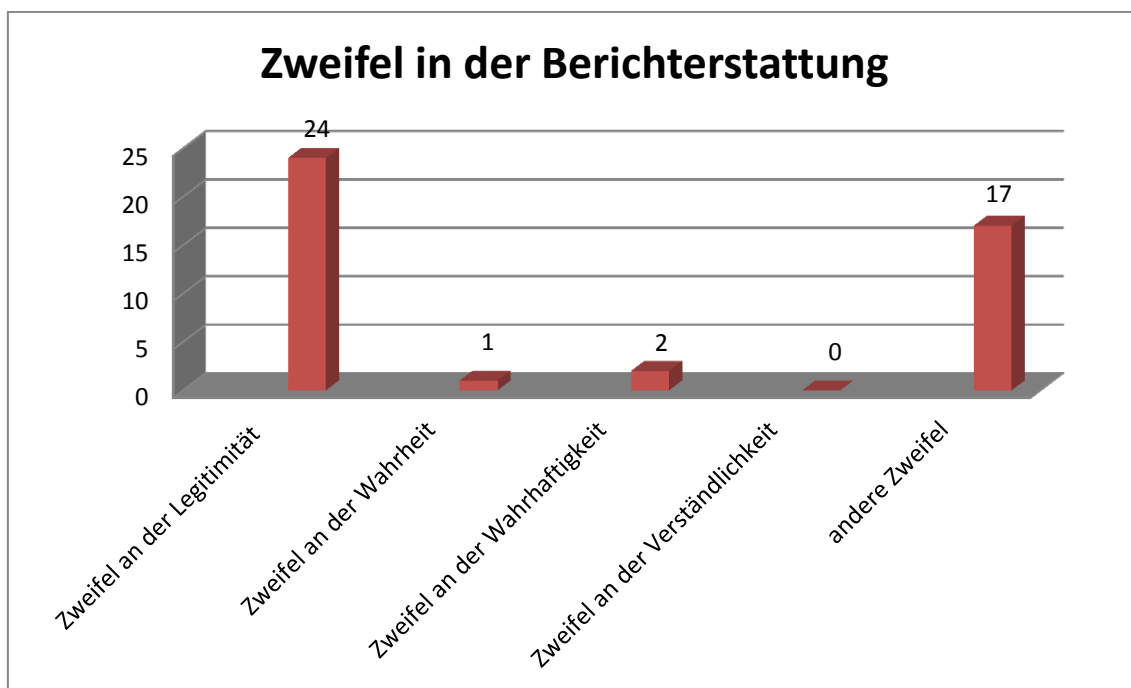


Abbildung 9: Zweifel in der Berichterstattung¹⁶⁵

¹⁶⁵ Eigene Darstellung

Auch hier überwiegen Zweifeläußerungen an der Legitimität mit 55%, gefolgt von „Anderen“ Zweifeln mit 38%. „Andere“ Zweifel konnten, wie oben schon erwähnt, nicht eindeutig zugeordnet werden.

Zweifel an der Wahrhaftigkeit der Aussagen wurden zu 5% geäußert und Zweifel an der Wahrheit zu 2%.

Somit kann die erste Hypothese wie folgt beantwortet werden: Wenn Zweifel aus journalistischer Perspektive geäußert werden, dann sind es Zweifel an der Legitimität und keine Zweifel an der Wahrheit der Aussagen.

Die JournalistInnen haben vielmehr die Parteien/AkteurInnen dahingehend angezweifelt, dass ihre Aussagen/Handlungen etc. als nicht legitim angesehen werden.

Hauptsächlich wurde bei Parteien kritisiert, keine Informationen über genaue Maßnahmen und Konzepte rund um die Debatte preiszugeben. Diese Art der Kritik war in allen drei Tageszeitungen deutlich zu spüren und ging von JournalistInnen als auch GastautorInnen, AkteurInnen und Leserbriefen aus.

Zweifel an der Wahrheit wurden von JournalistInnen kaum geäußert – dieser Teil der Hypothese ist zu falsifizieren.

FF2: Welche Begründung(en) geben, die in der Berichterstattung vorkommenden AkteurInnen, über die Einführung eines Berufsheeres im Zeitraum von 1. bis 20. Jänner 2013, in den Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“, für ihre Position(en) an?

H2: Wenn Begründungen in der Berichterstattung angegeben werden, dann sind dies lediglich einfache Begründungen.

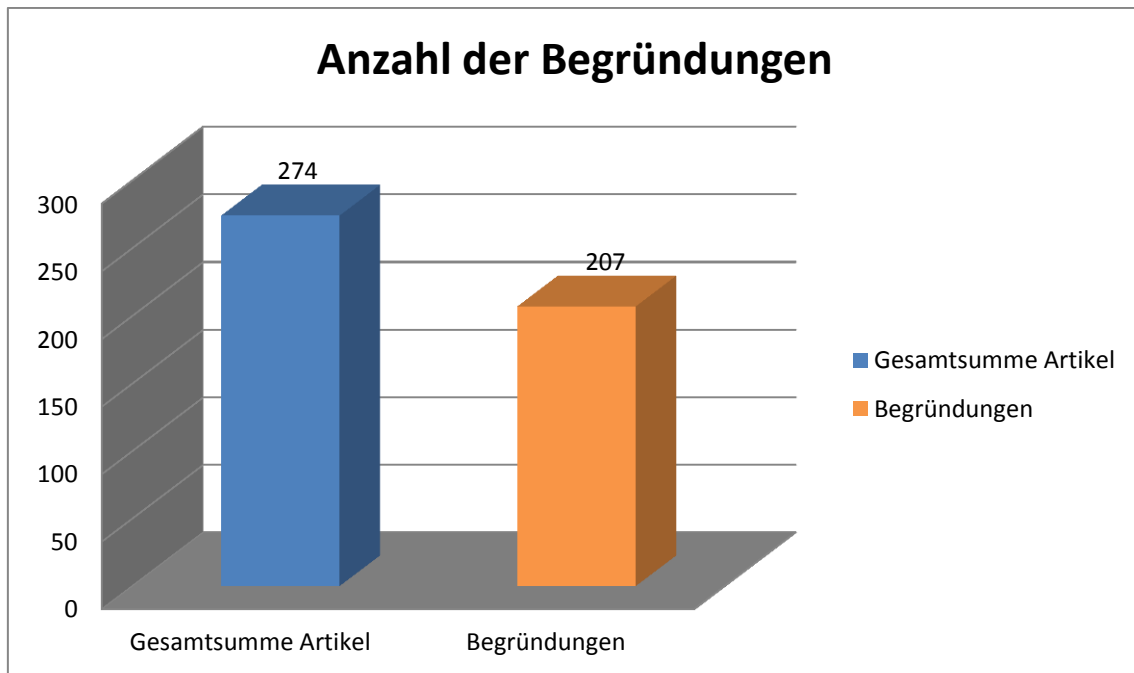


Abbildung 10: Anzahl der Begründungen¹⁶⁶

Von 274 Artikeln wurden 76% Begründungen für die jeweilige Position angegeben.

Diese Anzahl ist schon beachtlich und deutlich höher als die Anzahl der Zweifeläußerungen. Die Tendenz ist deutlich zu erkennen, wenn man eine Position äußert, dass man diese auch begründet.

Anzumerken ist auch, dass die Voraussetzung für einen Diskurs auch die Begründung von Zweifeln ist.

Egal ob JournalistInnen oder AkteurInnen, denn diese Grafik bezieht sich auf alle „SprecherInnen“ in den ausgewählten Tageszeitungen zu dem definierten Zeitraum.

¹⁶⁶ Eigene Darstellung

Die nachfolgende Grafik soll nun zeigen, wie sich die verschiedenen Arten der Begründungen aufteilen und welche Art der Begründung (pauschale, einfache oder spezifische Begründung) am häufigsten verwendet wurde.

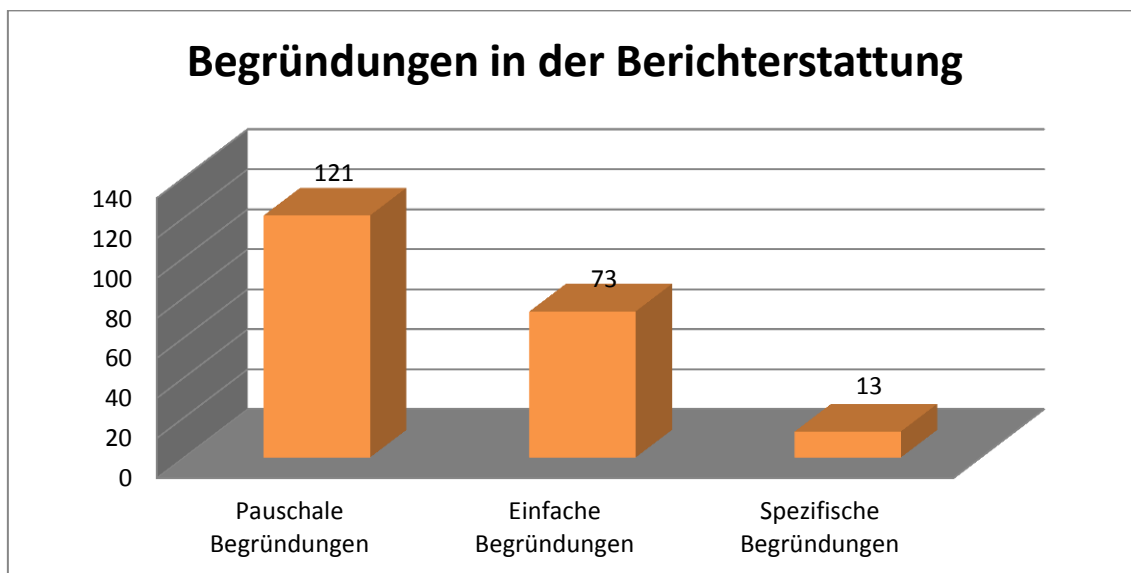


Abbildung 11: Begründungen in der Berichterstattung¹⁶⁷

Von 207 Begründungsangaben waren ganze 59% pauschale Begründungen. Also Begründungen mit oberflächlichen Argumenten, keinen Daten oder Fakten. Diese Form von Begründung ist lediglich allgemein gehalten und wird nicht näher konkretisiert. Daher können auch die RezipientInnen nicht näher nachvollziehen, warum gerade die eine oder andere Position vertreten wird.

Etwas mehr als die Hälfte davon oder 35%, wurden von mir als einfache Begründungen codiert. Hier haben die AkteurInnen, JournalistInnen, ExpertInnen usw. nur auf ein einziges Faktum für diese oder jene Position verwiesen.

Geht es um umfassende Begründungen und um mehrere Fakten, Daten, vielleicht sogar ganze Studien, um seine Position zu untermauern, so findet man in der Berichterstattung über die Einführung eines Berufsbeeres in den ausgewählten Tageszeitungen lediglich 6% spezifische Begründungen.

Diese Forschungsfrage ist also mit pauschalen Begründungen zu beantworten. Nicht wie in der Hypothese angenommen, dass die Begründungen durch ein Faktum gestützt sind (einfache Begründungen), sondern nur eine oberflächliche Argumentation von Begründungen ist in den Tageszeitungen zu finden.

¹⁶⁷ Eigene Darstellung

Die nachfolgenden Grafiken geben einen Überblick über die Verteilung der Begründungen in den drei unterschiedlichen Tageszeitungen.

Obwohl es für die Beantwortung der Forschungsfrage nicht relevant ist, führe ich aus Interessensgründen die nachfolgenden Ergebnisse an.

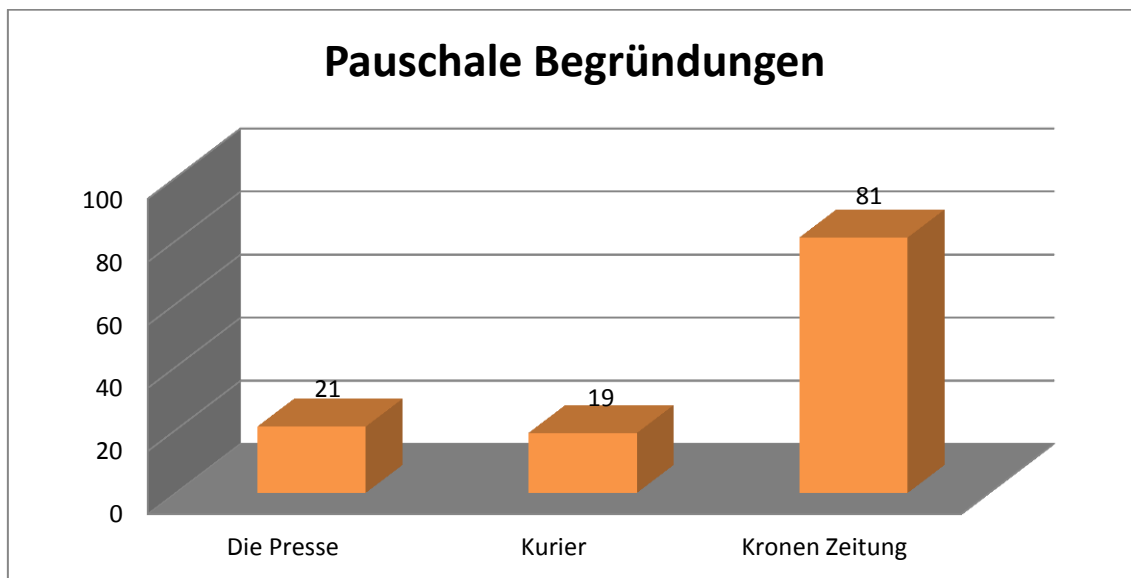


Abbildung 12: Pauschale Begründungen¹⁶⁸

Hier kann man deutlich sehen, dass vor allem die „Kronen Zeitung“ pauschale Begründungen angegeben hat. Auch diese Grafik ist wiederum nicht nur auf die JournalistInnen zu beziehen, sondern auf alle vorkommenden „SprecherInnen“ in der Berichterstattung über die Einführung eines Berufsheeres in diesem Medium.

So wurden in der „Presse“ 17% pauschale Begründungen angegeben, während im „Kurier“ 16% pauschale Begründungen abgedruckt wurden.

Spitzenreiter und mit ganzen 67% an pauschalen Begründungen ist „Die Kronen Zeitung“.

Rechnet man nun diese Ergebnisse auf die Anzahl der erschienen Artikel, Leserbriefe usw. pro Medium um, so hat „Die Kronen Zeitung“ 51% pauschale Begründungen in ihrer Berichterstattung, „Die Presse“ 32% und der „Kurier“ 39%.

¹⁶⁸ Eigene Darstellung

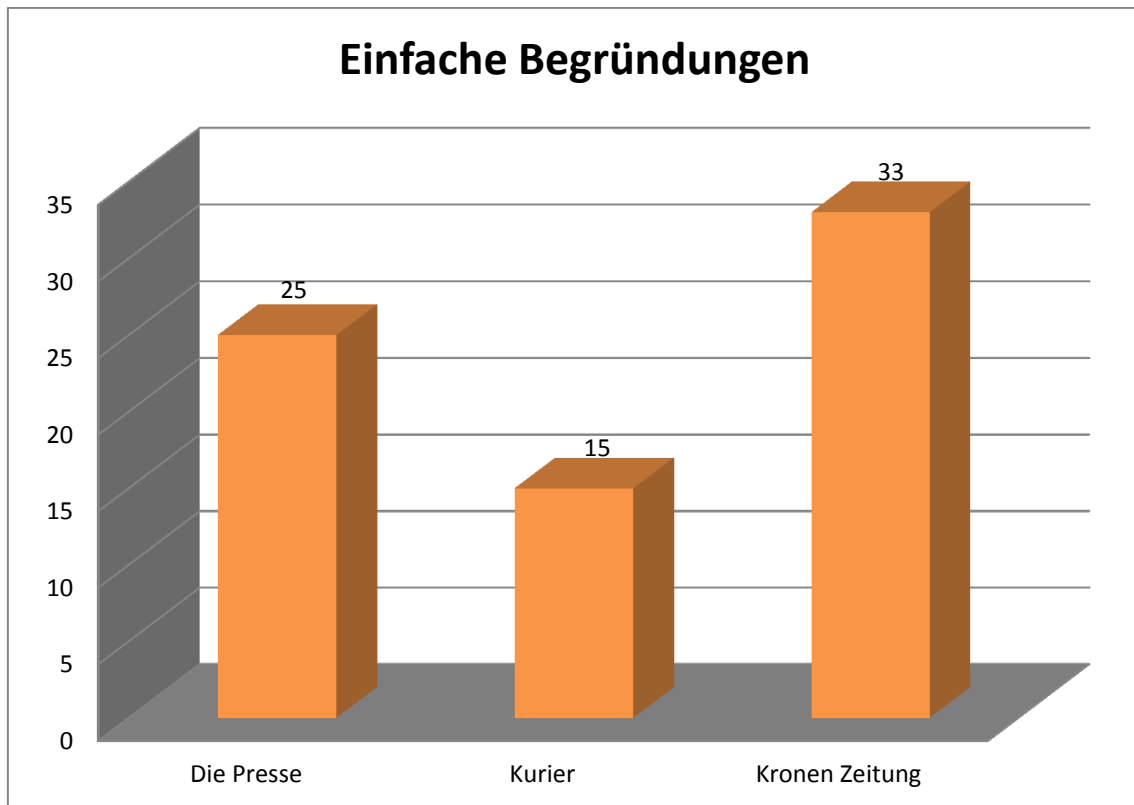


Abbildung 13: Einfache Begründungen¹⁶⁹

„Die Presse“ publiziert 34% einfache Begründungen, während der „Kurier“ diese Art der Begründung zu 21% abdruckt. „Die Kronen Zeitung“ hat mit 45% einfachen Begründungen die meisten Begründungen, welche auf ein einziges Faktum gestützt sind.

Rechnet man diese Zahlen wieder auf die Gesamtanzahl der erschienen Artikel, Leserbriefe usw. im jeweiligen Medium um, so kommt man bei der „Presse“ auf eine Prozentzahl von 38%, bei der „Kurier“ auf 31% und bei der „Kronen Zeitung“ auf ganze 21%.

In diesem Vergleich sieht man sehr schön, dass „Die Presse“, gesamt gesehen, die meisten einfachen Begründungen publiziert hat. Der „Kurier“ mit 31% die Zweitmeisten und „Kronen Zeitung“ gesamtgesehen das Schlusslicht bildet.

¹⁶⁹ Eigene Darstellung

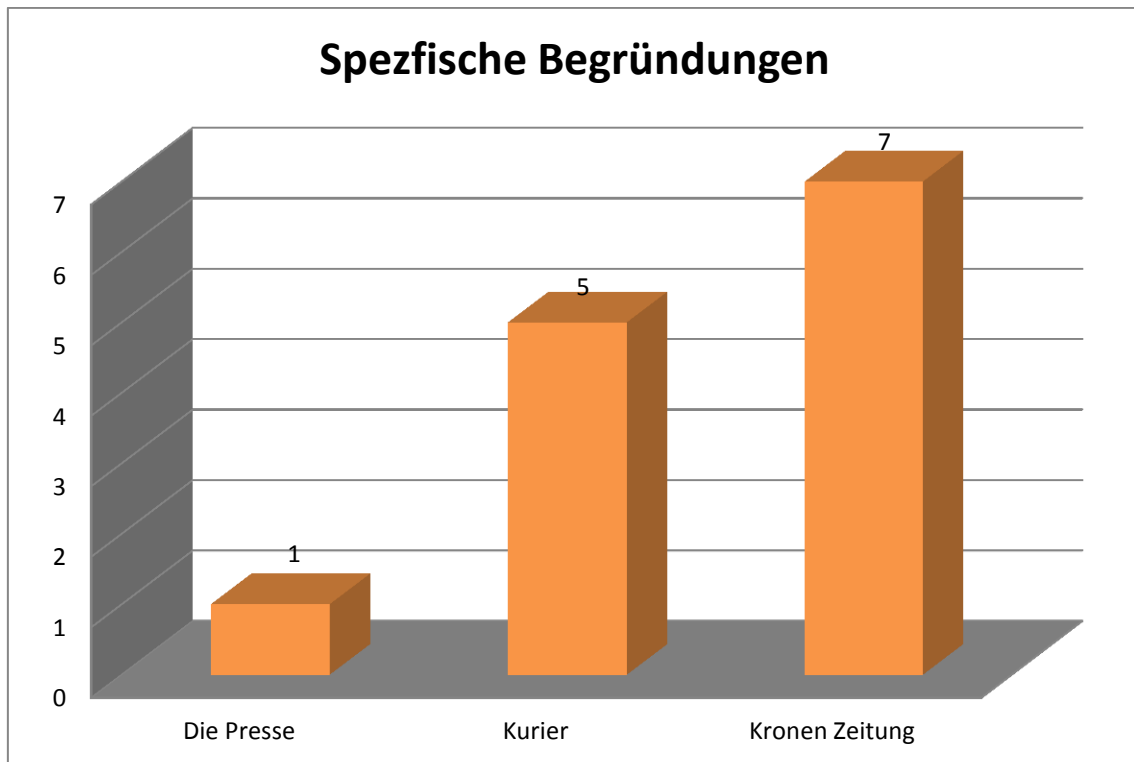


Abbildung 14: Spezifische Begründungen¹⁷⁰

Ganz unerwartet hat „Die Presse“ während der gesamten Berichterstattung nur 8% spezifische Begründung angegeben. Für ein Qualitätsmedium, wie sie in dieser Arbeit definiert wird, ist dieses Ergebnis eigentlich erschütternd. Im Gegensatz dazu haben der „Kurier“ als Mid Market Paper mit 38% spezifischen Begründungen und die „Kronen Zeitung“ als Boulevardblatt mit sogar 54% spezifischen Begründungen die Positionen mehrmals mit aussagekräftigen Argumenten gestützt.

Auch diese Ergebnisse werden auf die Gesamtanzahl der erschienen Artikel, Leserbriefe usw. pro Medium umgerechnet, um ein aussagekräftiges Ergebnis zu erzielen.

So hat „Die Presse“ gerade einmal 2% an spezifischen Begründungen in ihrer Berichterstattung, während der „Kurier“ 10% aufweisen kann und „Die Kronen Zeitung“ immerhin 4%.

¹⁷⁰ Eigene Darstellung

FF3: Welche Unterschiede gibt es bezüglich der Stellungnahme der vorkommenden AkteurInnen, zwischen der Berichterstattung der Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“ und den OTS Meldungen innerhalb des Zeitraumes von 1. bis 20. Jänner 2013?

H3: Je qualitativ hochwertiger die Tageszeitung ist, desto eher werden die OTS Meldungen mit der Berichterstattung übereinstimmen.

Die Ergebnisse dieser Forschungsfrage und der dazugehörigen Hypothese sind besonders spannend, weil sie wirklich sehr überraschend ausgefallen sind.

Die nachfolgende Grafik zeigt nun, wie oft die zitierten Stellungnahmen der vorkommenden AkteurInnen in den jeweiligen Medien mit den Stellungnahmen der OTS Meldungen übereinstimmen.

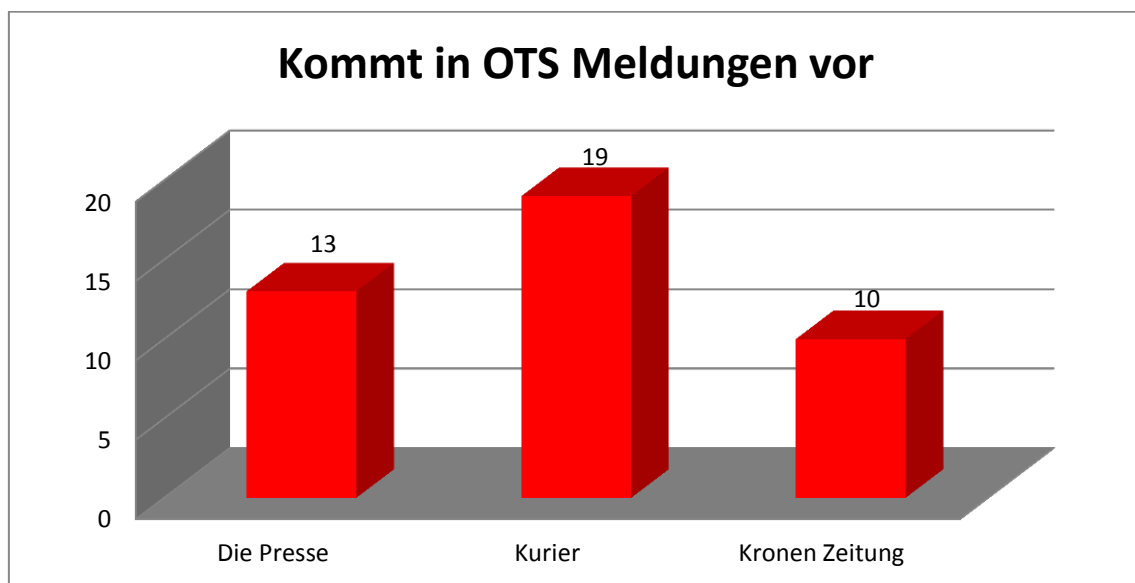


Abbildung 15: Kommt in OTS Meldungen vor¹⁷¹

Im definierten Zeitraum gab es insgesamt 191 OTS Meldungen. Von den Stellungnahmen der OTS Meldungen stimmen in der „Presse“ 7% mit der Berichterstattung bzw. der zitierten Stellungnahmen der vorkommenden Akteurinnen überein.

Im „Kurier“ war dies zu 10% der Fall, während es in der „Kronen Zeitung“ 5% Übereinstimmungen gab.

¹⁷¹ Eigene Darstellung

Vergleicht man diese Ergebnisse mit der Gesamtanzahl der erschienen Artikel, Leserbriefe usw., so kommt man bei der „Presse“ auf ein Ergebnis von 20%, beim „Kurier“ auf 39% und bei der „Kronen Zeitung“ auf 6%.

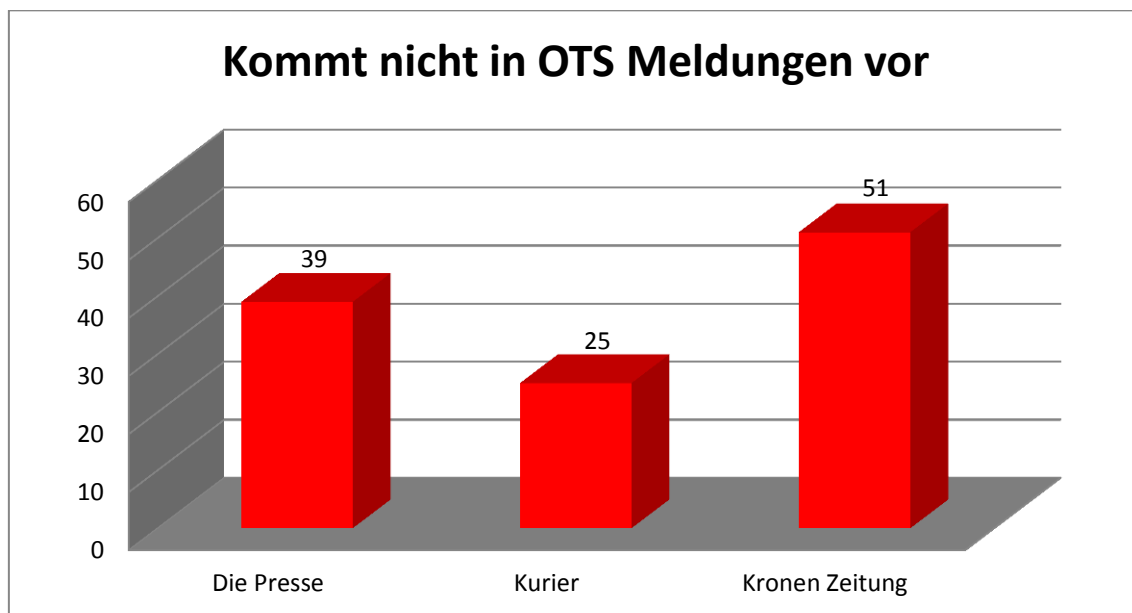


Abbildung 16: Kommt nicht in OTS Meldungen vor¹⁷²

Diese Grafik zeigt nun, wenn die angegebenen Stellungnahmen der Tageszeitungen nicht in den OTS Meldungen vorkommen. Dies ist aber nicht gleichzusetzen, dass diese Aussagen dann nicht stimmen, da die Tageszeitungen natürlich noch andere Recherchemöglichkeiten nutzen, außer den OTS Meldungen.

Um wieder mit der „Presse“ zu beginnen, ihre zitierten Stellungnahmen der vorkommenden AkteurInnen kommen zu 20% nicht in den OTS Meldungen vor.

Im „Kurier“ ist dies zu 13% der Fall und in der „Kronen Zeitung“ zu 27%.

Insgesamt gesehen, also auf die gesamte Berichterstattung pro erschienener Artikel bzw. Leserbrief pro Medium, kommen die zitierten Stellungnahmen der „Presse“ zu 59% nicht vor, während dies beim „Kurier“ zu 51% der Fall ist und in der „Kronen Zeitung“ zu 32%.

¹⁷² Eigene Darstellung

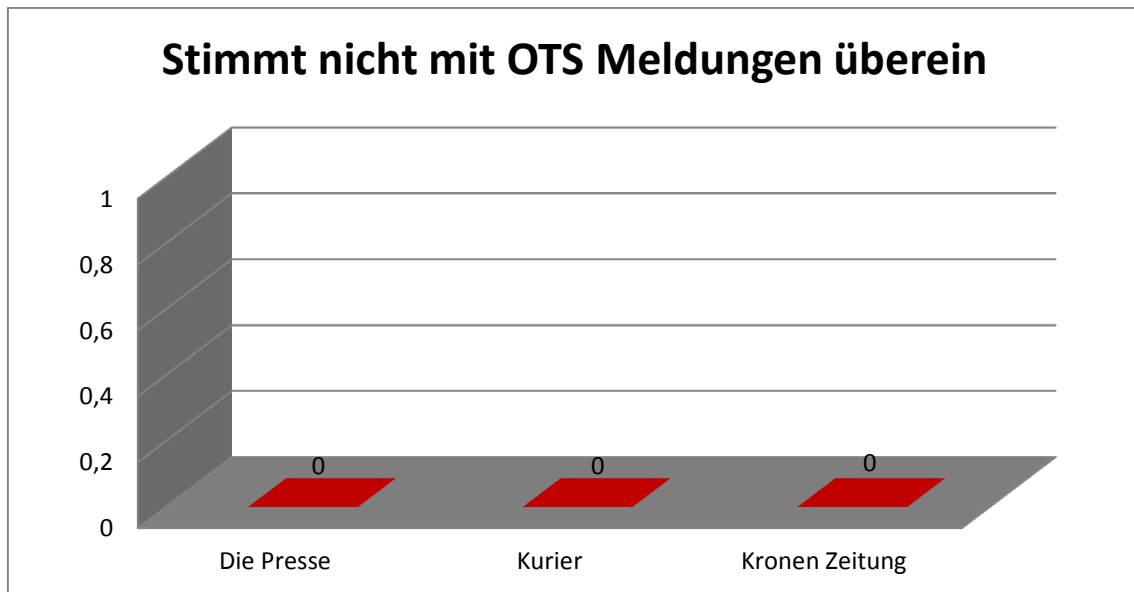


Abbildung 17: Stimmt nicht mit OTS Meldungen überein

Die Vermutung war da, dass vereinzelt zitierte Stellungnahmen von AkteurInnen aus den OTS Meldungen abgeändert und/oder verzerrt im jeweiligen Medium wiedergegeben werden. Doch wie sich herausstellte, völlig unbegründet.

Denn nicht ein einziges Mal, lies sich auch nur eine abgeänderte Stellungnahme in allen drei Tageszeitungen finden.

Um diese Forschungsfrage und die dazugehörige Hypothese zu beantworten, bleibt nur zu sagen, dass die Hypothese falsifiziert werden muss. Denn nicht das qualitativ höchstwertige Medium, in dieser Arbeit als „Die Presse“ definiert, hat die meisten Übereinstimmungen mit den OTS Meldungen, sondern der Mid Market Paper „Kurier“ hat mit 39% in seiner Berichterstattung die meisten Übereinstimmungen mit den OTS Meldungen. „Die Presse“ hat, wie auf der vorherigen Seite schon erwähnt, 20% Übereinstimmungen.

„Die Kronen Zeitung“ landet aber, wie erwartet auf dem letzten Platz mit 6%.

Dennoch ist hervorzuheben, dass in keiner einzigen Berichterstattung, Tatsachen laut den OTS Meldungen verändert wurden. Dies soll natürlich nicht heißen, dass dies womöglich gar nicht der Fall war – dennoch können Verzerrungen anhand der OTS Meldungen nicht nachgewiesen werden.

FF4: Inwieweit unterscheidet sich die Berichterstattung über die Einführung eines Berufsheeres in den Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“ anhand der Anzahl der geäußerten Zweifel von den jeweiligen JournalistInnen im Zeitraum von 1. bis 20. Jänner 2013?

H4: Je qualitativ hochwertiger die jeweilige Tageszeitung ist, desto größer ist die Anzahl der journalistischen Zweifel.

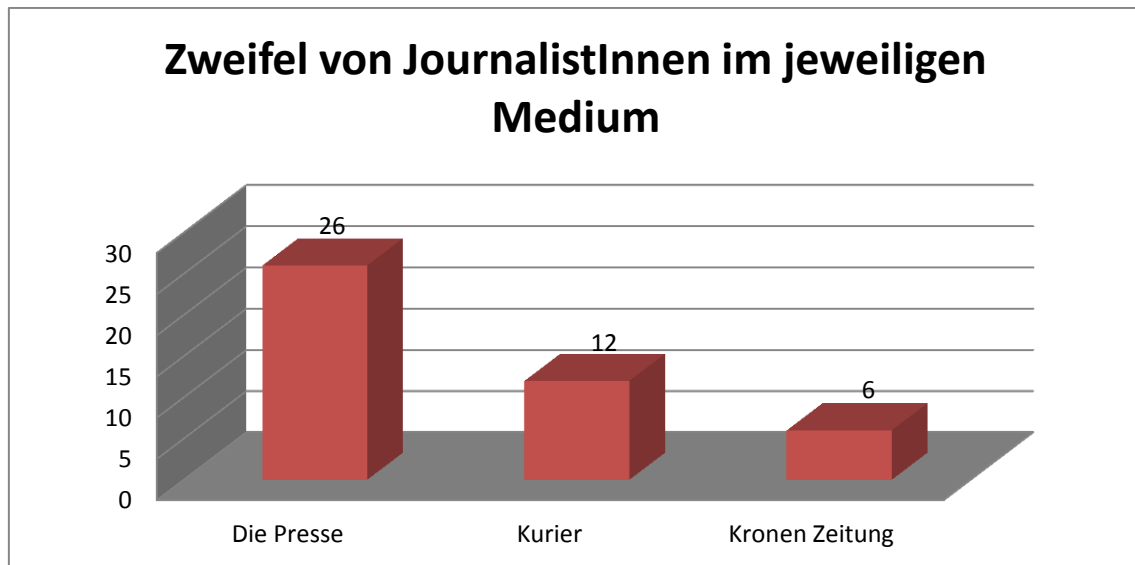


Abbildung 18: Anzahl der Zweifeläußerungen pro Medium¹⁷³

„Die Presse“ hat aus journalistischer Perspektive 59% Zweifel geäußert. Hingegen sind im „Kurier“ 27% Zweifeläußerungen von JournalistInnen zu finden. „Die Kronen Zeitung“ publizierte aus journalistischer Perspektive insgesamt 14% Zweifeläußerungen.

Auf die gesamte Berichterstattung der publizierten Artikel, Leserbriefes usw. im jeweiligen Medium gesehen, hat „Die Presse“ 39% Zweifeläußerungen aus journalistischer Sicht abgedruckt, während der „Kurier“ 25% publiziert hat und „Die Kronen Zeitung“ nur 4% Zweifeläußerungen von JournalistInnen niedergeschrieben hat.

Das Ergebnis, dass die qualitativ hochwertige Tageszeitung „Die Presse“ prozentuell die meisten Zweifeläußerungen in ihrer Berichterstattung abdruckt, stimmt mit der Annahme, welche in der Hypothese zum Ausdruck gebracht wurde, überein. So ist auch der „Kurier“ als Mid Market Paper hinter der „Presse“, aber vor der „Kronen Zeitung“, anhand der journalistischen Zweifeläußerungen zu finden.

¹⁷³ Eigene Darstellung

FF5: Inwieweit unterscheidet sich die Berichterstattung über die Einführung eines Berufsheeres in den Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“, anhand der Themenschwerpunkte im Zeitraum von 1. bis 20. Jänner 2013?

H5: Wenn sich innerhalb der Bundesheerdebatte Themenschwerpunkte herauskristallisieren lassen, dann sind diese in allen drei Tageszeitungen gleich.

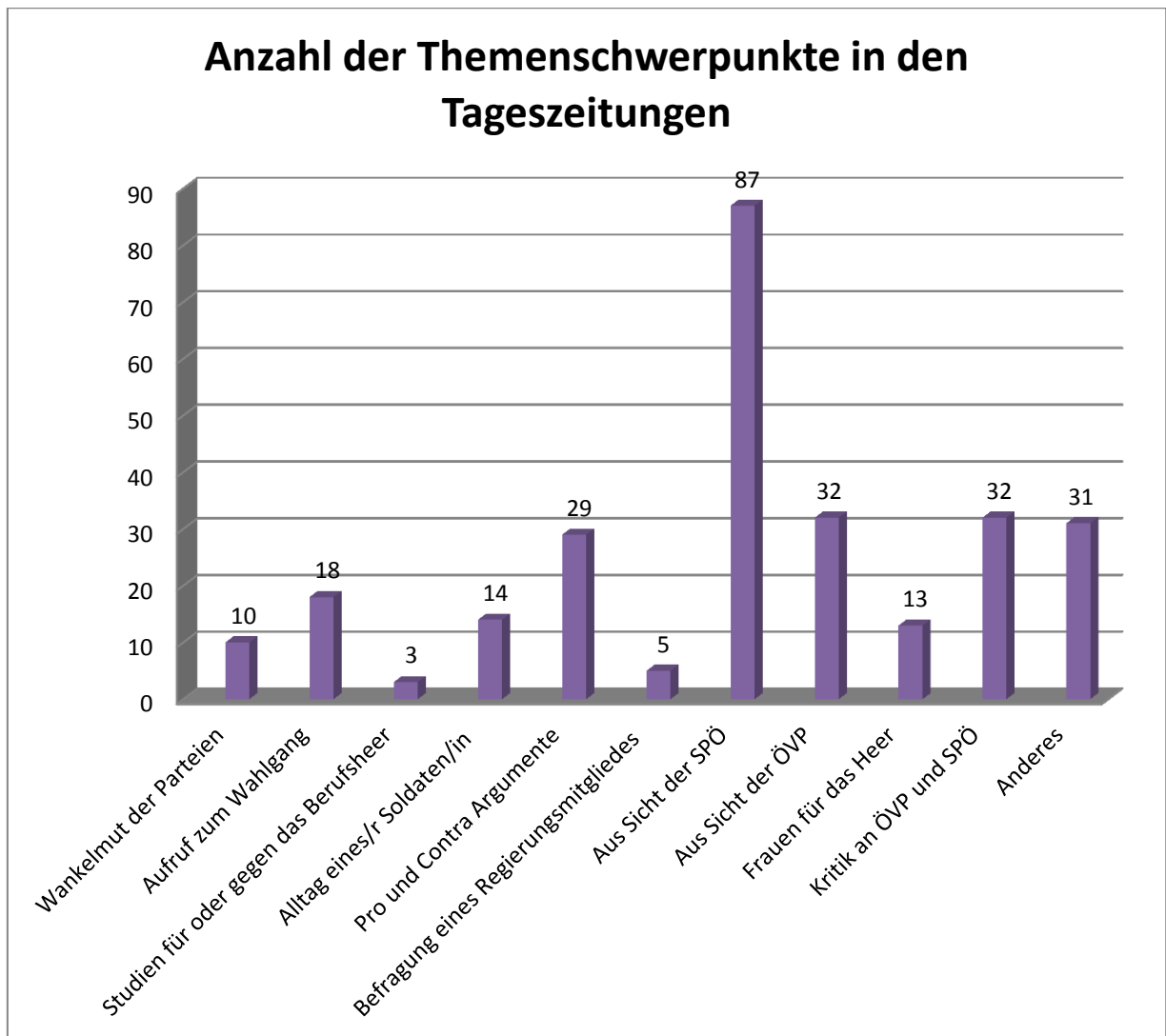


Abbildung 19: Anzahl der Themenschwerpunkte in den Tageszeitungen

Diese Grafik zeigt sehr deutlich, dass 32%, welche vor allem Artikel und/oder Leserbriefе zum dem Themenschwerpunkt „Aus der Sicht der SPÖ“ beinhalten, publiziert wurden. Weitaus weniger wurde über „Aus der Sicht der ÖVP“ und „Kritik an ÖVP und SPÖ“ geschrieben, beide Themenschwerpunkte bilden je 12% der Berichterstattung. Zu „Anderes“ zählen beispielsweise Berichte über TV Duelle oder

Ähnliches, diese Art des Themenschwerpunktes ist mit 11% in der gesamten Berichterstattung zu finden.

„Pro und Contra Argumente“ kommen insgesamt mit 10 % vor. Die übrigen Themenschwerpunkte liegen unter diesem Wert.

Die nachfolgenden Grafiken sollen nun zeigen, wie sich die Themenschwerpunkte in den drei ausgewählten Tageszeitungen unterteilen und welche Unterschiede sich hier herauskristallisieren lassen.

Begonnen wird mit der Tageszeitung „Die Presse“.

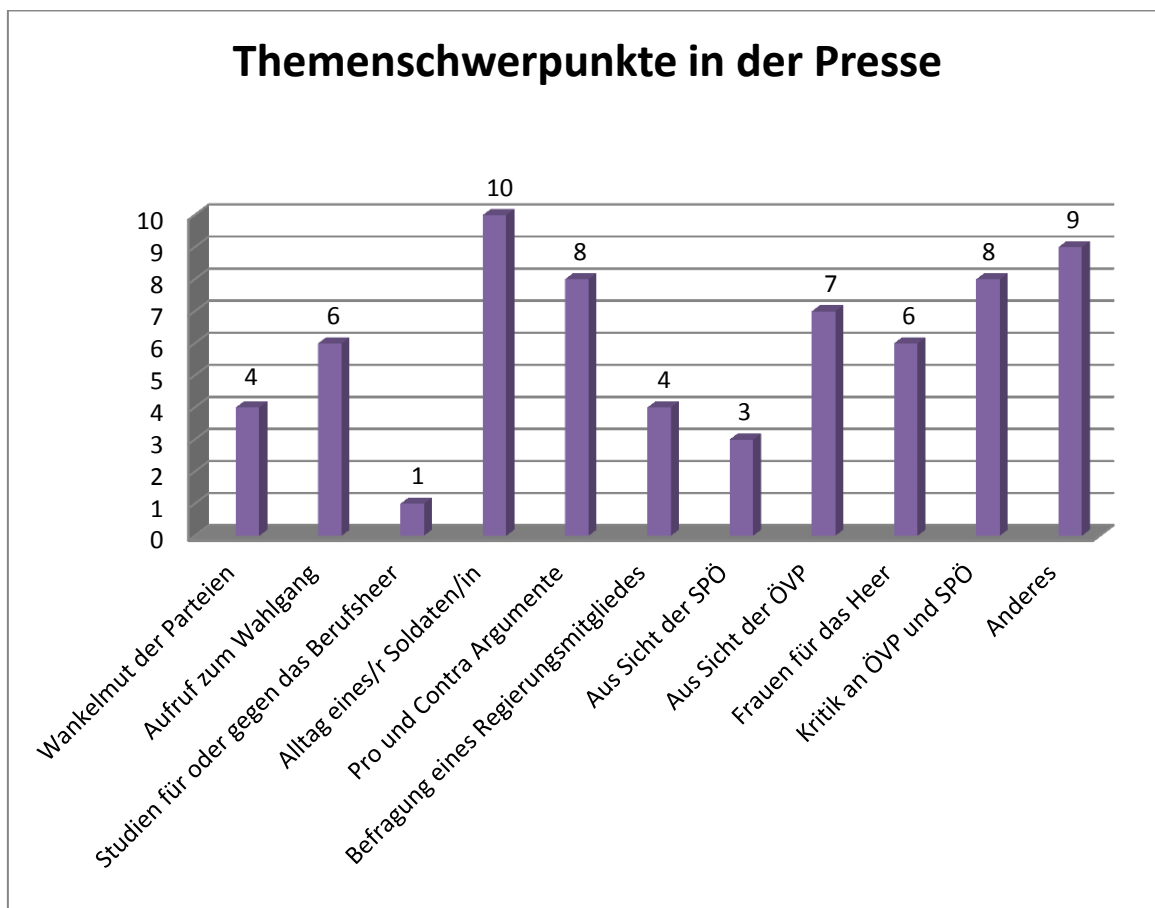


Abbildung 20: Themenschwerpunkte in der Presse¹⁷⁴

Da innerhalb der „Presse“ 66 Artikel/Leserbriefe usw. in dem angegebenen Untersuchungszeitraum zu dem Thema über die Einführung eines Berufsheeres erschienen sind, gibt es logischerweise auch 66 Einheiten für die Einteilung der Themenschwerpunkte.

¹⁷⁴ Eigene Darstellung

„Alltag eines Soldaten“ ist dem Themenschwerpunkt Reportagen, wie auch im Codebuch ersichtlich, zuzuordnen. Reportagen kommen zu 15% in dieser Tageszeitung vor.

Am zweithäufigsten kommt der Punkt „Anderes“ in der Berichterstattung vor, welcher, wie bereits oben erwähnt, Berichte über TV Duelle oder aber Kritik an der „Kronen Zeitung“ beinhaltet. Diese Kritik an der „Kronen Zeitung“ kommt auch im „Kurier“ vor und bezieht sich vor allem auf die „Hetzkampagne“ des Blattes.

Mit je 12% kommen die Themenschwerpunkte „Pro und Contra Argumente“ und „Kritik an ÖVP und SPÖ“ vor. Dieses Merkmal zeigt, dass beide Parteien kritisch reflektiert wurden.

11% wurden „Aus Sicht der ÖVP“ publiziert, während „Aus Sicht der SPÖ“ jedoch nur 6% veröffentlicht wurden.

„Aufruf zum Wahlgang“ und „Frauen für das Heer“ waren 9% Thema der Tageszeitung.

Die restlichen Themenschwerpunkte wurden weniger häufig publiziert.

Die nachfolgende Grafik zeigt nun die Themenschwerpunkte des „Kuriers“.

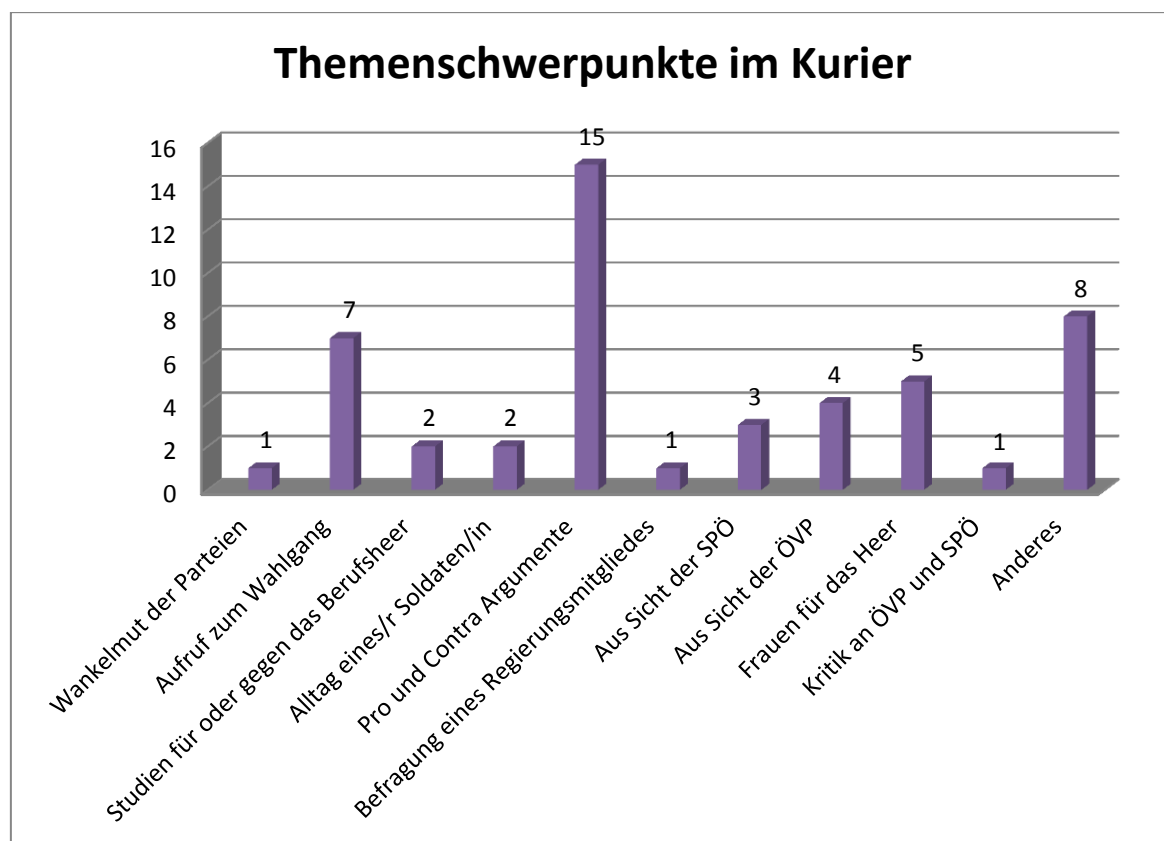


Abbildung 21: Themenschwerpunkte im Kurier¹⁷⁵

¹⁷⁵ Eigene Darstellung

Im „Kurier“ kann man deutlich sehen, dass der Themenschwerpunkt „Pro und Contra Argumente“ den größten Teil der Berichterstattung einnimmt. Mit einer Gewichtung von 31% werden die Vor- und Nachteile beider Parteien und beider Konzepte behandelt.

Unter dem Punkt „Anderes“ ist auch hier die Berichterstattung über TV Duelle und Ähnliches zu verstehen. Dieser macht 16% aus.

Im Vergleich zu der „Presse“ erscheinen „Aufrufe zum Wahlgang“ mit 14% deutlich öfter.

Das Thema „Frauen beim Heer“ ist zu 10% Schwerpunkt in der Berichterstattung. Die Schwerpunkte „Aus Sicht der ÖVP“ (8%) und „Aus Sicht der SPÖ“ (6%) werden in diesem Medium weniger behandelt. Daraus kann man schließen, dass hier kaum Artikel publiziert wurden, die eher für die eine noch für die andere Partei zu deren Vorteil geschrieben wurden.

Alle anderen Themenschwerpunkte kommen seltener in der Berichterstattung vor.

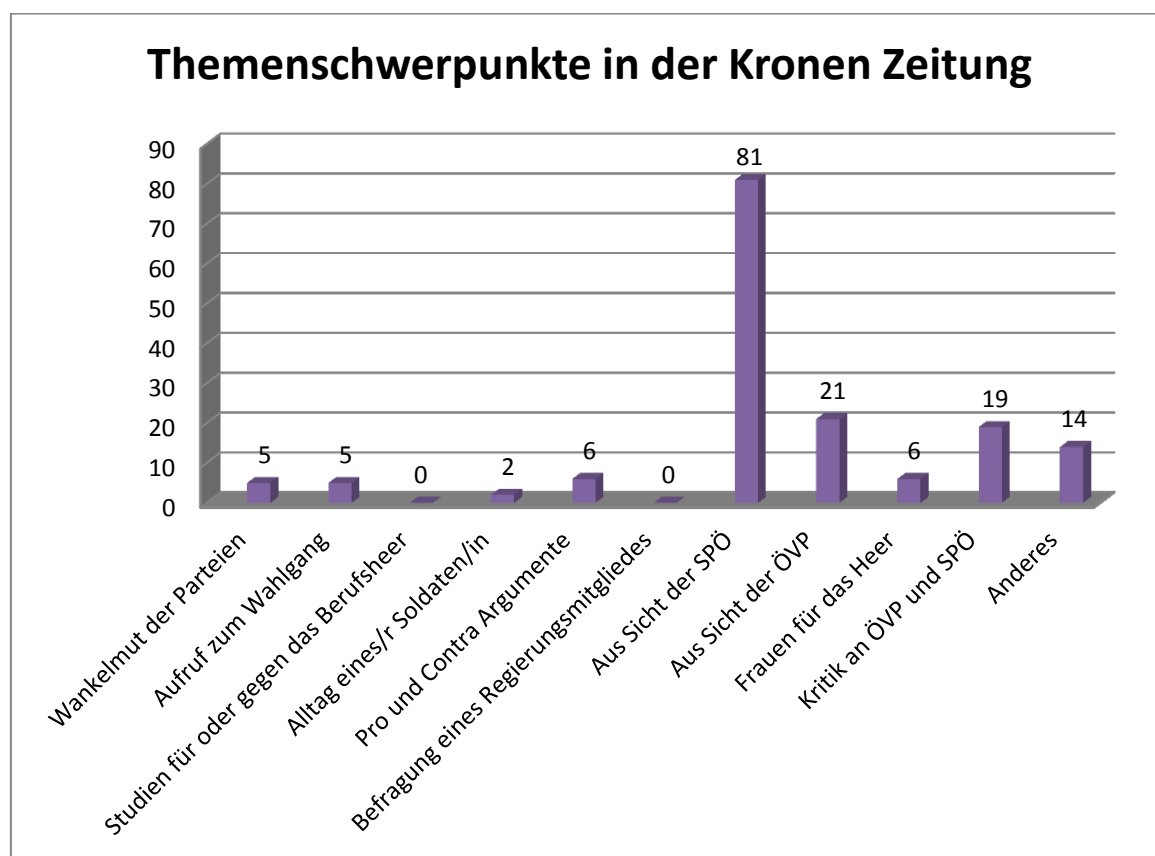


Abbildung 22: Themenschwerpunkte in der Kronen Zeitung¹⁷⁶

¹⁷⁶ Eigene Darstellung

Diese Grafik zeigt deutlich, in welche Richtung „Die Kronen Zeitung“ geschrieben hat. So ist es nicht überraschend, dass die beiden anderen Tageszeitungen in ihrer Berichterstattung „Die Kronen Zeitung“ kritisiert haben. Denn mit einem Themenschwerpunkt „Aus Sicht der SPÖ“, welcher zu 51% in der Berichterstattung zu finden ist, ist die Linie der „Kronen Zeitung“ deutlich zu sehen. Von ausgewogener Berichterstattung kann hier mit Sicherheit nicht gesprochen werden.

Im Gegensatz dazu, wirkt der Themenschwerpunkt „Aus Sicht der ÖVP“ mit 13% geradezu verschwindend klein.

Berichte, in denen an beiden Parteien und/oder Konzepten Kritik geübt wurde, sind mit 12% nachzulesen.

Dazu muss man sagen, dass „Die Kronen Zeitung“ hier sehr viel mit Leserbriefen gearbeitet hat. Auch hier ist fraglich, wer diese Leserbriefe verfasst hat. Aber nicht nur in den Leserbriefen ist eine starke Kritik an der ÖVP und eine Vorliebe zur SPÖ, herauszulesen.

Auch in der Berichterstattung selbst kann man durch Skandalüberschriften wie *„Frauen, schützt eure Männer und Söhne!“*¹⁷⁷ den Tenor der Tageszeitung deutlich spüren.

Die Hypothese muss in diesem Fall falsifiziert werden, da die Themenschwerpunkte, nicht wie erwartet, in etwa gleich sind, sondern es gerade bei der „Kronen Zeitung“ zu deutlichen Unterschieden gekommen ist.

Die Berichterstattung der beiden anderen Tageszeitungen wirkt deutlich ausgeglichener und beleuchtet dazu mehrere Blickwinkel in dieser Causa. In der Boulevardzeitung kann man eher von einer Hetzkampagne sprechen, als von einer ausgewogenen Berichterstattung.

¹⁷⁷ Aschauer, Maria: Frauen, schützt eure Männer und Söhne! In: Die Kronen Zeitung. Nr. 20. Am: 20.Jänner.2013. S. 6.

6. Fazit

Das Ziel dieser Arbeit war herauszufinden, ob es sich in der Berichterstattung über die Einführung eines Berufsheeres in den Tageszeitungen „Die Presse“, „Kurier“ und „Kronen Zeitung“ um diskursiven Journalismus handelt und wenn ja, wie hoch der Grad an Diskursivität ist.

Zu diesem Zweck wurden essentielle Aspekte, nämlich Zweifel und die dazugehörigen Begründungen, in den Fokus gerückt.

Im Diskurs ist die Voraussetzung für Zweifel auch deren Begründung(en) – hierfür wurden drei verschiedene Arten von Begründungen unterschieden (pauschale, einfache und spezifische Begründungen).

Die Ergebnisse dieser Untersuchung sind zum Teil sehr überraschend ausgefallen.

Überraschend beispielsweise war, dass sich viele Zweifeläußerungen nicht eindeutig, nach den Bestimmungen von Habermas, zuordnen ließen. Für eine weiterführende Untersuchung könnte man andenken, hier ein erweitertes Kategorienschema bzw. mehr Abstufungen/Unterscheidungen von Zweifeln anzuführen.

Das Ergebnis, dass Zweifel an der Legitimität insgesamt am häufigsten verwendet und auch von JournalistInnen am häufigsten geäußert wurden, fiel eindeutig aus.

Unter diesem Punkt, Zweifel an der Legitimität, wurde am meisten kritisiert, dass die Parteien/AkteurInnen zu wenige Informationen über die genauen Maßnahmen und Konzepte angegeben haben. Aufgrund der Volksbefragung, der starken Thematisierung, sowie der heftigen Diskussionen, sollte man annehmen, dass sich die AkteurInnen bzw. PolitikerInnen ausreichend Gedanken für die eine oder andere Strategie gemacht haben.

Demnach ist es nicht verwunderlich, dass die AkteurInnen derartige Kritik geerntet haben. Denn nicht nur JournalistInnen haben solche Zweifel geäußert, sondern auch GastautorInnen, ExpertInnen und VerfasserInnen von Leserbriefen.

Ein enttäuschendes Ergebnis stellte die Häufigkeit von pauschalen Begründungen, innerhalb der Berichterstattung, dar. So wurden in allen drei Tageszeitungen insgesamt 121 pauschale Begründungen, 73 einfache Begründungen und gerade einmal 13 spezifische Begründungen angegeben. An dieser Stelle sei erwähnt, dass der „Kurier“ mit 10% spezifischen Begründungen in seiner Berichterstattung deutlich hervorsticht,

da die beiden anderen Tageszeitungen nicht einmal die Hälfte eben dieser aufweisen konnten.

Ein besonders interessantes Ergebnis ist auch die Übereinstimmung bzw. Nicht-Übereinstimmung der OTS Meldungen mit den zitierten Stellungnahmen der Tageszeitungen.

Die Verwunderung war groß, als sich herausstellte, dass die, in den OTS Meldungen veröffentlichten Stellungnahmen der AkteurInnen, gar nicht so oft in den Tageszeitungen zu finden waren. So kam es im „Kurier“ mit 39% Übereinstimmung zu den meisten Übereinstimmungen aller drei Tageszeitungen.

Diese Erkenntnis zeugt davon, dass die Tageszeitungen sehr viel Eigenrecherche betrieben haben.

Besonders überraschend fiel das Ergebnis aus, dass es nicht ein einziges Mal vorkam, dass JournalistInnen die Stellungnahmen der AkteurInnen von den OTS Meldungen verzerrt und/oder abgeändert in ihrer eigenen Berichterstattung wiedergegeben haben.

Wie aber auch schon weiter vorne erwähnt, ist dies kein Beweis dafür, dass es keine Verzerrungen insgesamt gab, sondern nur die Bestätigung, dass keine Verzerrungen anhand der OTS Meldungen nachgewiesen werden konnten.

Die JournalistInnen der „Presse“ überzeugten bei der Anzahl der Zweifeläußerungen mit 39% und erzielten somit die prozentuellen meisten Zweifeläußerungen der drei Tageszeitungen. Wie erwartet, folgte der „Kurier“ mit immerhin 25%, während „Die Kronen Zeitung“ gerade einmal 4% journalistische Zweifeläußerung aufweisen konnte. Somit komme ich zu der Erkenntnis, dass das qualitativ hochwertigste Medium, in dieser Arbeit, als „Die Presse“ definiert, die meisten journalistischen Zweifeläußerungen getätigt hat.

Bei den Themenschwerpunkten gab es große Unterschiede hinsichtlich der „Kronen Zeitung“ gegenüber dem „Kurier“ und der „Presse“.

Hier kristallisierte sich stark heraus, dass „Die Kronen Zeitung“ überwiegend FÜR die SPÖ geschrieben und eine Hetzkampagne GEGEN die ÖVP gestartet hat. So kam es auch zu starken Kritiken der „Kronen Zeitung“ in den beiden anderen Tageszeitungen, in denen eben jene das Boulevardmedium beschuldigten, eine Hetzkampagne zu führen. Aufgrund der großen Auflagenzahlen und der großen Leserschaft hätte es der „Kronen Zeitung“ gelingen können, die RezipientInnen in Bezug auf die Volksbefragung zu beeinflussen.

Abschließend kann gesagt werden, dass es sich bei der „Presse“ um diskursiven bzw. verständigungsorientierten Journalismus handelt, da hier die JournalistInnen in die Rolle des Diskursanwaltes schlüpfen und Meinungen, Aktionen und/oder Vorgehensweisen als auch Äußerungen kritisch reflektieren und somit den RezipientInnen eine soziale Teilnahme am Geschehen ermöglichen.

Wie hoch der Grad an Diskursivität innerhalb der Berichterstattung der „Presse“ ist, kann man anhand verschiedener Merkmale, wie weiter vorne bereits erläutert, messen.

Jedoch ist anzumerken, dass in meiner Literatur keine Formel für den Grad der Messung vorkommt und somit meine Ergebnisse interpretativ zu betrachten sind.

Zum einen enthält die Berichterstattung der Tageszeitung „Die Presse“ begründete Positionsbekundungen, als auch diskursive Beiträge, sprich es wurden häufig Zweifel artikuliert. Vereinzelt wurden Lösungsvorschläge von JournalistInnen zum Ausdruck gebracht, welche aber konkreter hätten sein können. Auch die verschiedenen AkteurInnen und deren Stellungnahmen wurden respektvoll behandelt. So wurde nicht nur über die ÖVP und SPÖ berichtet, sondern sowohl die Grünen als auch die FPÖ kamen zu Wort – jedoch bei weitem nicht so häufig wie die beiden großen Parteien.

Aufgrund dieser Erkenntnis kann man sagen, dass es sich bei der „Presse“ um verständigungsorientierten bzw. diskursiven Journalismus handelt. Den Grad der Verständigungsorientierung würde ich hier als eher hoch einschätzen, da die Tageszeitungen alle Kriterien bzw. Merkmale erfüllt hat/aufweisen kann. Ihre Berichterstattung war allumfassend und sehr transparent.

In der Tageszeitung „Kurier“ wird die Beantwortung der Frage nach diskursivem Journalismus bzw. seinem Grad schon schwieriger. Im Grunde genommen kann auch hier von diskursivem Journalismus gesprochen werden, jedoch ist der Grad an Diskursivität niedriger als dies bei der „Presse“ der Fall ist. Auch die Berichterstattung des „Kuriers“ enthält Begründungen, jedoch sind diese weniger anspruchsvoll als in der Qualitätszeitung. So äußern auch JournalistInnen des „Kuriers“ weniger Zweifel, jedoch weitaus mehr als in der „Kronen Zeitung“. Was aber für eine diskursive Berichterstattung des Mid Market Papers spricht, ist das Vorkommen von Meinungsäußerungen der Grünen als auch der FPÖ und das Vorkommen von vereinzelt Lösungsvorschlägen der JournalistInnen des Blattes.

In der „Kronen Zeitung“ werden die eben genannten Kriterien weitaus weniger bis gar nicht erfüllt. Das Boulevardblatt bezieht öffentlich Stellung und lässt Gegenmeinungen keine Chance objektiv wiedergegeben zu werden.

Zusammenfassend kann man sagen, dass der Grad an verständigungsorientiertem Journalismus bei der „Presse“ am höchsten ist. Der „Kurier“ berichtet auch diskursiv, jedoch ist der Grad an Verständigungsorientierung niedriger, als dies bei der „Presse“ der Fall ist. Wenn man sich die Beiträge der „Kronen Zeitung“ ansieht, so kann man hier keineswegs von einer verständigungsorientierten Berichterstattung sprechen.

7. Ausblick

Im Rahmen dieser Arbeit bin ich auf viele neue und spannende Erkenntnisse gestoßen. So ist mir besonders der Wankelmut der Parteien SPÖ und ÖVP in Erinnerung geblieben. Eine eigenständige Arbeit über die Wechselhaftigkeit der PolitikerInnen wäre mit Sicherheit auch ein sehr spannendes Themengebiet.

Dahingehend könnte man auch untersuchen, wie sich „Die Kronen Zeitung“ in all der Zeit verhalten hat und ob auch dieses Boulevardblatt hin und wieder seine Meinung änderte.

Ein anderer Aspekt für eine weiterführende Studie, ausgehend von dieser Diplomarbeit, wäre sowohl die Einbeziehung mehrerer Tageszeitungen, als auch die Einbindung der TV Duelle.

Natürlich kann man auch den Fokus weitausmehr auf „Die Kronen Zeitung“ mit ihrer Hetzkampagne legen und weitere Untersuchungen durchführen. Mithilfe von Befragungen könnte man analysieren, inwieweit diese Art der Berichterstattung die LeserInnen beeinflusst hat und welche Auswirkungen dies auf die Volksbefragung hatte. Denn trotz dieser eindeutigen Berichterstattung seitens der „Kronen Zeitung“ entschieden sich die ÖsterreicherInnen für die Beibehaltung des österreichischen Bundesheeres.

Das Thema rund um die erste bundesweite Volksbefragung lässt noch ganz viele neue Untersuchungsmöglichkeiten offen, um dieses spannende und noch immer präsente Thema zu beleuchten.

8. Literaturverzeichnis

Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. 11. neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Erich Schmidt Verlag: Berlin. 2006.

Baerns, Barbara: Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluß im Mediensystem. Verlag Wissenschaft und Politik: Köln. 1985.

Becker, Michael: Verständigungsorientierte Kommunikation und rechtliche Ordnung. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. 2003.

Bonacker, Thorsten: Kommunikation zwischen Konsens und Konflikt. Möglichkeiten und Grenzen gesellschaftlicher Rationalität bei Jürgen Habermas und Niklas Luhmann. Bibliotheks- und Informationssystem: Universität Oldenburg. 1997.

Bonfadelli, Heinz: Medieninhaltsforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. UKV Verlagsgesellschaft: Konstanz. 2002.

Brosius, Hans-Bernd/ Koschel, Friederike/ Haas, Alexander: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 4. überarbeitete und erweiterte Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2008.

Brosda, Carsten: Diskursiver Journalismus. Journalistisches Handeln zwischen kommunikativer Vernunft und mediensystemischem Zwang. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2008.

Burkart, Roland: Public Relations als Konfliktmanagement. Ein Konzept für verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Untersucht am Fallbeispiel der Planung von Sonderabfalldeponien in Niederösterreich. Studienreihe Konfliktforschung 7. Wilhelm Braumüller Verlag: Wien. 1993.

Burkart, Roland: Von verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit zum diskursiven Journalismus. In: Duchkowitsch, Wolfgang/ Hausjell, Fritz/ Hömberg, Walter/ Kutsch, Arnulf/ Neverla, Irene: Journalismus als Kultur. Analysen und Essays. Westdeutscher Verlag: Opladen/ Wiesbaden. S. 163-172. 1998.

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/ Weimar. 2002.

Burkart, Roland: Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer, B. Timon: Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. S.17-38. 2010.

Burkart, Roland/ **Russmann**, Uta/ **Grimm**, Jürgen: Wie verständigungsorientiert ist Journalismus? Ein Qualitätsindex am Beispiel der Berichterstattung über Europa im Österreichischen Nationalratswahlkampf 2008. In: Pöttker, Horst/ Schwarzenegger, Christian: Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Köln: Harlem Verlag. S.256-281. 2010.

Dorer, Johanna/ **Lojka**, Klaus (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Berufspraxis der Public Relations. Wilhelm Braumüller Verlag: Wien. 1991.

Dorer, Johanna: Politische Öffentlichkeitsarbeit in Österreich. Eine empirische Untersuchung zur Public Relations politischer Institutionen. Studienreihe Konfliktforschung. Wilhelm Braumüller Verlag: Wien. 1995.

Duchkowitsch, Wolfgang/ **Hausjell**, Fritz/ **Hömborg**, Walter/ **Kutsch**, Arnulf/ **Neverla**, Irene: Journalismus als Kultur. Analysen und Essays. Westdeutscher Verlag: Opladen/ Wiesbaden. 1998.

Fasel, Christoph (Hg.): Qualität und Erfolg im Journalismus. UKV Verlagsgesellschaft: Konstanz. 2005.

Früh, Werner: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis, 5. überarbeitete Auflage. UVK Verlagsgesellschaft: Konstanz. 2001.

Grossenbacher, René: Hat die „vierte Gewalt“ ausgedient? Zur Beziehung zwischen Public Relations und Medien. In: Dorer, Johanna/ Lojka, Klaus (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Berufspraxis der Public Relations. Wilhelm Braumüller Verlag: Wien. S.42-49. 1991.

Habermas, Jürgen: Theorie des kommunikativen Handelns. Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Band 1. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. 1981.

Hoffmann, Jochen/ **Steiner**, Adrian/ **Jarren**, Otfried: Politische Kommunikation als Dienstleistung. Public Affairs-Berater in der Schweiz. UVK Verlagsgesellschaft mbH: Konstanz. 2007.

Hömborg, Walter/ **Hahn**, Daniela/ **Schaffer**, B. Timon: Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2010.

Köberle, Sabine/ **Gloede**, Fritz/ **Hennen**, Leonhard (Hrsg): Diskursive Verständigung? Mediation und Partizipation in Technikkontroversen. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. 1997.

Maier, Michaela: Kapitel1 – Gegenstandsbereich und Grundzüge der Nachrichtenwerttheorie. In: Maier, Michaela/ Stengel, Karin/ Marschall, Joachim: Nachrichtenwerttheorie. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. S. 13-27. 2010.

Maier, Michaela/ Stengel, Karin/ Marschall, Joachim: Nachrichtenwerttheorie. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. 2010.

Mayer, Uschi: Vorwort. In: Burkart Roland u.a.: Public Relations als Konfliktmanagement. Ein Konzept für verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit untersucht am Fallbeispiel der Planung von Sonderabfalldéponien in Niederösterreich. Studienreihe Konfliktforschung 7. Wilhelm Braumüller Verlag: Wien. 1993.

Merten, Klaus/ Teipen, Petra: Empirische Kommunikationsforschung. Darstellung. Kritik. Evaluation. Band 6. Verlag Ölschläger GmbH: München. 1991.

Nowag, Werner: Der Kommentar. In: Nowag, Werner/Schlakowski, Edmund: Kommentar und Glosse. Reihe praktischer Journalismus, Bd. 33. Konstanz: UVK. 1998. S. 15-180. 1998. Zitiert nach: Pavlova, Zlatka: Öffentlichkeitsarbeit und diskursiver Journalismus. Instrumente zur Förderung der Diskursivität in der politischen Kommunikation. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer B. Timon: Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. S. 183-208. 2010.

Nölleke, Daniel: Experten im Journalismus. Systemtheoretischer Entwurf und empirische Bestandsaufnahme. 2. Band. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. 2013.

Pavlova, Zlatka: Öffentlichkeitsarbeit und diskursiver Journalismus. Instrumente zur Förderung der Diskursivität in der politischen Kommunikation. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer B. Timon: Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. S.183-208. 2010.

Pöttker, Horst/ Schwarzenegger, Christian: Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Köln: Harlem Verlag. 2010.

Rau, Harald: Don Quijote oder der Kampf der Journalisten mit dem Pudding. Die Qualitätsdebatte unter dem Journalismus-Begriff nach Haller in einer Ökonomie der Publizistik. In: Fasel, Christoph (Hg.): Qualität und Erfolg im Journalismus. UVK Verlagsgesellschaft: Konstanz. S. 65-82. 2005.

Reiter, Sibylle/ Ruß-Mohl, Stephan: Zukunft oder Ende des Journalismus? Medienmanagement – Publizistische Qualitätssicherung – Redaktionelles Marketing. Verlag Bertelsmann Stiftung: Gütersloh. 1994.

Riehl-Heyse, Herbert: Bestellte Wahrheiten. Anmerkungen zur Freiheit eines Journalistenmenschen. München. 1989.

Ronneberger, Franz: Public Relations der politischen Parteien. Nürnberger Forschungsberichte Band 12. Verlag der Nürnberger Forschungsvereinigung e.V.: Nürnberg. 1978.

Rußmann, Uta: Verständigungsorientierte Kommunikationsprozesse in der öffentlichen politischen Diskussion. Das VÖA-Modell in der Wahlkampfkommunikation. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer, B. Simon: Kommunikation und Verständigung. Theorie-Empirie-Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 171-182. 2010.

Ruß-Mohl, Stephan: Anything goes? Ein Stolperstein und sieben Thesen zur publizistischen Qualitätssicherung. In: Reiter, Sibylle/ Ruß-Mohl, Stephan: Zukunft oder Ende des Journalismus? Medienmanagement – Publizistische Qualitätssicherung – Redaktionelles Marketing. Verlag Bertelsmann Stiftung: Gütersloh. S. 20-28.1994.

Ruß-Mohl, Stephan/ **Held**, Barbara: Qualitätsmanagement als Mittel der Erfolgssicherung. Erfahrungen – Probleme – Perspektiven. In: Fasel, Christoph (Hg.): Qualität und Erfolg im Journalismus. UKV Verlagsgesellschaft: Konstanz. 2005.

Röttger, Ulrike: Public Relations – Organisation und Profession. Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion. Eine Berufsfeldstudie. 2. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2010.

Schröter, Detlef: Qualität und Journalismus. Theoretische und praktische Grundlagen journalistischen Handelns. Band 1. Verlag Reinhard Fischer: München. 1995.

Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Verlag Karl Alber: Freiburg/ München. 1976.

Spörndli, Markus: Diskurs und Entscheidung. Eine empirische Analyse kommunikativen Handelns im deutschen Vermittlungsausschuss. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2004.

Stehr, Nico/ **Grundmann**, Reiner: Expertenwissen. Die Kultur und die Macht von Experten, Beratern und Ratgebern. 1. Auflage. Velbrück Wissenschaft: Weilerswist. 2010.

Titscher, Stefan u.a.: Methoden der Textanalyse. Leitfaden und Überblick. Westdeutscher Verlag: Wiesbaden. 1998.

Vowe, Gerhard: Qualitätssicherung im Journalismus – das Beispiel der Boulevardpresse. Eine Materialsammlung. Abschlussseminar. Berlin. 1992.

Wiedemann, M. Peter/ **Nothdurft**, Werner: Alle Macht den Diskursen? Über Mißverständnisse von Diskursen am Beispiel von umweltbezogenen Mediationsverfahren. S. 175-188. In: Köberle, Sabine/ Gloede, Fritz/ Hennen, Leonhard (Hrsg): Diskursive Verständigung? Mediation und Partizipation in Technikkontroversen. 1. Auflage. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden. 1997.

8.1. Internetquellen

APA: Unter: http://www.apa.at/Site/Informationsprodukte_und_loesungen.de.html (am 31.03.2014)

APA: Unter: http://www.apa.at/Site/Nachrichtenagentur/The_value_of_Information.de.html (am 31.03.2014)

Bundesministerium für Inneres: Wahlen. Volksbefragung 2013. Unter: http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_wahlen/volksbefragung/Volksbefrag2013.aspx (am 06.02.2014).

Die Presse: Die Neue Freie Presse. Unter: http://diepresse.com/unternehmen/geschichte/9835/index?_vl_backlink=/unternehmen/geschichte/index.do (am 6.02.2014).

Die Presse: Die Neugründung nach dem Zweiten Weltkrieg. Unter: http://diepresse.com/unternehmen/geschichte/10765/Die-Neugrundung-nach-dem-Zweiten-Weltkrieg?_vl_backlink=/unternehmen/geschichte/index.do (am 06.02.2014).

Die Presse: Gründung und Aufstieg. Unter: http://diepresse.com/unternehmen/geschichte/9819/Grundung-und-Aufstieg?_vl_backlink=/unternehmen/geschichte/index.do (am 6.02.2014).

Die Presse: Nach der Jahrtausendwende. Unter: <http://diepresse.com/unternehmen/geschichte/104183/> (am 06.02.2014).

Kleine Zeitung: Volksbefragung: Eine Chronologie der Debatte. Quelle: APA. Unter: <http://www.kleinezeitung.at/nachrichten/politik/heer/3224258/volksbefragung-chronologie-debatte.story> (am 29.11.2013).

Kronen Zeitung: Die Geschichte der Kronen Zeitung. Unter: http://www.krone.at/Kronen-Zeitung/Die_Geschichte_der_Kronen_Zeitung-Damals_und_heute-Story-263526 (am 01.02.2014).

Kurier: Die Geschichte des Kurier. Unter: <http://kurier.at/services/diezeitung/die-geschichte-des-kurier/714.239> (am 01.02.2014).

Land Salzburg (Hrs.): Information zur Volksbefragung 20. Jänner 2013. Berufsheer und bezahltes Sozialjahr oder Wehrpflicht und Zivildienst. Schriftenreihe des Landes-Medizinentrums. Serie „Salzburg Information“, Nr. 146. 2. Auflage. Hausdruckerei Land Salzburg: Salzburg. 2012. Unter: http://www.salzburg.gv.at/foldervbwehrpflicht_final.pdf (am 06.02.2014).

ORF: Einmal für Wehrpflicht, einmal dagegen. Unter: <http://orf.at/stories/2159294/2138281/> (am 31.03.2014)

Verein Medienpreis Aargau/ Solothurn: Journalistische Qualitätskriterien. Unter: <http://www.medienpreis-agso.ch/?rub=9&id=8> (am 24.01.2014).

Wiest, Bernd: Kommunikation. Unter: <http://u0044193023.user.hosting-agency.de/bernd-wiest/index.php?id=118> (am 04.04.2014)

Wirtschaftslexikon: Public Relations (PR) Unter:

<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/public-relations-pr.html> (am 04.04.2014)

Zeit-Fragen: Die Debatte über die Einführung eines Berufsheeres in Österreich unter spezieller Berücksichtigung der SPÖ. Unter: <http://www.zeit-fragen.ch/index.php?id=1397> (am 29.11.2013).

8.2. Zeitungen

Aschauer, Maria: Frauen, schützt eure Männer und Söhne! In: Die Kronen Zeitung. Nr. 20. Am: 20.Jänner.2013

Böhmer, Christian: 20 – Kilometer – Marsch mit Kampfanzug – „So kommst du an deine Grenzen“. In: Kurier. Nr. 4. Am: 4. Jänner 2013.

Brandstätter, Helmut: Volksbefragung als Kampagnentest. In: Kurier. Nr. 7. Am: 7. Jänner 2013.

Ertl, J. u.a.: Jetzt wird nur noch scharf geschossen. Volksbefragung. SP-Kanzler und VP-Vizekanzler lieferten sich in Oberösterreich ein hartes Fernduell. In: Kurier. Nr. 10. Am: 10.01.2013.

Fritzl, Martin/ **Bonavida**, Iris: Ein Randthema entscheidet. Katastrophenhilfe. 12.000 Soldaten waren beim Jahrhunderthochwasser 2002 im Einsatz. In anderen Jahren spielt das Thema aber nur eine untergeordnete Rolle. In: Die Presse. Nr. 11. Am: 11. Jänner 2013.

Fritzl, Martin: „Das wird sich alles nicht ausgehen“ In: Die Presse. Nr. 9. Am: 9 Jänner.

Fritzl, Martin: Das Spielzeug der Landeschefs. Den heutigen Urnengang gibt es nur, weil Bürgermeister Michael Häupl und Landeshauptmann Erwin Pröll ein zugkräftiges Thema für ihre Wähler gesucht – und das Bundesheer dafür gefunden haben: Die Geschichte einer Volksbefragung. In: Die Presse. Nr. 20. Am: 20. Jänner 2013.

Kamer, Gerald: PROFI-HEER. Gerald Kamer, Ex-Brigadier und Heeresexperte. In: Die Kronen Zeitung. Nr. 19. Am: 19.01.2013.

Lebeth, Franz: Keine Abschaffung! In: Die Kronen Zeitung. Nr. 14. Am: 14.01.2013.

ANHANG

Abstract

Deutsch:

Diese Diplomarbeit beschäftigt sich mit verständigungsorientiertem Journalismus am Fallbeispiel der Bundesheerdebatte im Jänner 2013. Da sich die Regierung nicht einig werden konnte, wurde die erste bundesweite Volksbefragung zum Thema „Berufsheer ja oder nein“ am 20. Jänner 2013 ausgetragen.

Da nun das Volk zu entscheiden hatte, wie es mit dem österreichischen Bundesheer weitergehen sollte, war es von großer Bedeutung die RezipientInnen, in dieser Arbeit, von „Kurier“, „Die Presse“ und „Kronen Zeitung“, auch richtig zu informieren und das Thema von allen Seiten zu beleuchten.

So ist auch der verständigungsorientierte Journalismus zu verstehen. Eine ausgewogene Berichterstattung, die sowohl Zweifel als auch Begründungen beinhaltet und der Journalist/die Journalistin das Sprachrohr der RezipientInnen darstellt.

In dieser Arbeit stellen sich die Fragen, ob sich die JournalistInnen als „Anwälte des öffentlichen Diskurses“ positionieren und ob die Behauptungen, Argumente, Zweifel, Aussagen etc., von denen in der Berichterstattung vorkommenden AkteurInnen, von JournalistInnen verändert oder wortident wiedergegeben werden. Zu diesem Zweck beziehe ich die Presseaussendungen der Austria Presse Agentur in die Untersuchung mit ein. Der untersuchte Zeitraum erschließt sich bei allen Medien von 1. Jänner 2013 bis 20. Jänner 2013.

Mithilfe der Inhaltsanalyse soll nun erforscht werden, ob es sich in der Berichterstattung der drei Tageszeitungen um diskursiven Journalismus handelt und wenn ja, wie hoch eben dieser ist. Einige spannende Ergebnisse lassen auf sich warten, vor allem wenn am Ende die drei Tageszeitungen mit einander verglichen werden.

Englisch:

This thesis is about agreement orientated journalism on the case study of the Federal Armed Forces debate in January 2013. As the government was not able to decide about the further steps on this issue, a public opinion poll was discharged.

As the public has to decide, it is very important how the readers of the three daily newspapers „Kurier“, „Die Presse“ and „Kronen Zeitung“ are informed about the whole issue.

The main questions are how the journalists of each newspaper are creating their articles. Do they have any doubts about the stakeholders? Do they express their doubts? Do the journalists reproduce the correct statement of the stakeholders without changing them?

To answer these questions I will use the data bank of the „Austria Presse Agentur“ to compare the statements of the stakeholders and the statements, which are in the newspapers.

The time period of the analyses is from 1. January to the 20. January 2013.

Using the content analysis I want to figure out if it can be referred to as agreement orientated journalism in these three daily newspapers. If the answer is positive, I want to find out how high the level is.

The results will be very interesting, especially when it comes to comparing the daily newspapers.

LEBENS LAUF

PERSÖNLICHE DATEN:

NAME: PETRA GROßMANN, BAKK. PHIL., BA
STAATSBÜRGERSCHAFT: ÖSTERREICH
GEBURTSDATEN: 12.12.1987 IN BADEN

SCHUL- BZW. STUDIUMS LAUFBAHN:

Seit Oktober 2011 (Ende ca. Juni 2014)	Magisterstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Oktober 2007 – Jänner 2013	Bachelorstudium der Deutschen Philologie (BA)
Oktober 2007 – August 2011	Bachelorstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (bakk. phil.) Schwerpunkt: Die Darstellungsweise von politisch aktiven Frauen in Printmedien.
September 2006 – März 2007	ESOL Foundation Course, NW7 London
1998 – 2006	BG/BRG Biondegasse, 2500 Baden (AHS Matura)
1994 – 1998	Volksschule, 2540 Bad Vöslau

FERIALPRAKTIKA:

August 2011 Betreuung, Projekten)	Fa. Unique Relations - PR Agentur – 1120 Wien (HP Mithilfe der Medienresonanzanalyse, Mithilfe bei div.
Juli/August 2010 (Texterin,	Fa. Wahrheit s/w Werbeagentur GesmbH, 1010 Wien Marktanalyse, Kampagnenbetreuung)
Juli 2009 Oberwaltersdorf	Fa. Wopfinger Transportbeton GmbH, 2522
August 2007	Stadtgemeinde Bad Vöslau (Stadtbücherei)
August 2006 bis März 2007	Au-Pair in London bei einer Gastfamilie

NEBENJOBS:

Seit 2004	Kellnerin im Heurigenbetrieb
Seit 2008	Freie Mitarbeiterin beim Bezirksblatt „City News“, 2540 Bad Vöslau (Text und Foto)

DERZEITIGE BERUFLICHE TÄTIGKEIT:

Seit Jänner 2014	Communications Managerin bei OnTrEdu GmbH.
------------------	--

WEITERE QUALIFIKATIONEN:

FREMDSPRACHEN:

Englisch – Fließend (First Certificate – Note B / Certificate in Advanced – Note C)
Französisch – Grundkenntnisse

