



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Reine Unterhaltung oder Arbeit für den Erhalt der
Demokratie?“

Eine qualitative Befragung Satirebetreibender in Deutschland und Österreich

verfasst von / submitted by

Hannah Siegl, Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2019/ Vienna 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Folker Hanusch, PhD

Danksagung

Auch wenn ein Vorwort in Abschlussarbeiten dieser Größenordnung unüblich ist, möchte ich mich auf diesem Wege bei einigen Menschen bedanken, ohne die das Schreiben dieser Arbeit nicht möglich gewesen wäre.

Mein Dank gilt meinen Eltern, die mir immer zur Seite gestanden sind und die an mich geglaubt haben, Philipp, der alle Höhen und Tiefen des Schreibens mit mir durchgestanden hat und natürlich Kati und Anna, die mich durch mein Studium begleitet und unterstützt haben, wo immer es notwendig war. Danke auch an Phoebe, Sandra und Daniel, die immer ein offenes Ohr und einen guten Rat parat hatten. Außerdem möchte ich mich bei allen Satirebetreibenden bedanken, die sich die Zeit für ein Interview genommen und mich so bei der Durchführung der Arbeit unterstützt haben.

Wien, Januar 2019

Inhaltsverzeichnis

Einleitung und Erkenntnisinteresse	6
Theoretischer Rahmen	13
Was ist Journalismus?	13
Satire und Journalismus – ein erster Blick	18
Das journalistische Feld	20
Rollenverständnis und journalistische Identität	25
Politainment und das Verhältnis von Journalismus und Unterhaltung	32
Entgrenzungsphänomene	36
(Politische) Satire	39
Definition und Etymologie	39
Historischer Abriss	39
Definitionsannäherung der Satire	41
Satire- und Humortheorien	43
Funktionen der Satire und ihre Mittel	47
Verschiedene Darstellungsformen politischer Satire	49
Kabarett	49
Karikatur	50
Text-Satire	50
TV-Satire-Sendungen	51
Forschungsstand	52
Status Quo in Deutschland und Österreich	55
Forschungsfragen	60

Methode	61
Auswahl der InterviewpartnerInnen	64
Durchführung	66
Ergebnisse	68
Allgemeine Auffälligkeiten	70
FF 1: Welches Rollenselbstverständnis haben SatirikerInnen?	72
<i>Welches Ziel verfolgen die SatirikerInnen mit ihrer Arbeit?</i>	75
<i>Inwiefern glauben Satirebetreibende an eine Wirkung der Satire (z.B. hinsichtlich politischer Bildung) und versuchen diese zu nutzen?</i>	80
Das Selbstverständnis der Satirebetreibenden	82
FF 2: Inwiefern können ProduzentInnen satirisch-politischer Formate im Journalismus verortet werden?	86
<i>Inwiefern sind journalistische Tendenzen in der Arbeit von Satirebetreibenden erkennbar?</i>	86
<i>Inwiefern grenzen sich Satirebetreibende selbst von JournalistInnen ab?</i>	88
Die Verortung der Satire im Journalismus	92
<i>Inwiefern gibt es länderspezifische Unterschiede der Satirebetreibenden?</i>	93
<i>Das Gruppeninterview</i>	94
Diskussion und Conclusio	97
Literaturverzeichnis	105
Abbildungsverzeichnis	113
Anhang	114
Abstract	119
Abstract (Englisch)	120

Einleitung und Erkenntnisinteresse

Eine Demokratie braucht meinungsfähige BürgerInnen, um zu bestehen und um zu funktionieren. Zur Entwicklung dieser Meinungen brauchen die Menschen Informationen, die sie nutzen, um mithilfe ihres Wahlrechts an einem funktionierenden demokratischen Staat mitzuwirken und diesen mitgestalten zu können. Journalismus hat jahrzehntelang seine Position und die eigene Profession, als eine der Hauptinstitutionen der Demokratie und ihrer Erhaltung gestärkt (Siapera und Spyridou 2012). Er hat die Aufgabe Öffentlichkeit herzustellen und durch Informationen sowie Kritik, Kontrolle und das Bieten einer Möglichkeit der Beteiligung an der Meinungsbildung der Gesellschaft mitzuwirken (Peter 2015; Meier 2018, S. 18). Durch kritisches Hinterfragen und das Beleuchten von Hintergründen sollen JournalistInnen uns BürgerInnen ein Erfassen der Wirklichkeit bieten, um aus der Flut an Informationen jene auszuwählen, die entscheidend sind für das Kreuz auf unserem Wahlzettel und letztlich zur Bildung einer Mehrheit führen, die wiederum eine legitime Regierung wählen kann. In der sich immer mehr im Wandel befindenden Welt geht nun aber das Vertrauen in jene Institution des Journalismus zurück. Die Menschen sind mit der Fülle an Informationen überfordert, die Politikverdrossenheit und das Desinteresse an politischen Prozessen steigt.

Im Zuge dieser Unsicherheiten entstehen nun alternative mediale Angebote und neue Formen des Journalismus, um trotz allem noch die Funktion der Demokratieerhaltung zu wahren. Personen und Formate, die im traditionellen journalistischen Gedanken keinen Platz finden, erfüllen nun ebenfalls Aufgaben, die *den* JournalistInnen zugedacht sind. BloggerInnen, Instagram-InfluencerInnen, You-TuberInnen oder auch SatirikerInnen generieren Öffentlichkeit und bieten einem Publikum Orientierung in verschiedenen Bereichen des Lebens. Es findet eine sogenannte Entgrenzung des Journalismus statt, da die Grenzen und Normen traditioneller journalistischer Arbeit und Präsentationsformen aufweichen und sich wandeln (Pörksen 2004). Die Strukturen des journalistischen Feldes

verändern sich und die JournalistInnen sehen sich mit neuen Werten, Kulturen und SpielerInnen konfrontiert, die in dieses Feld drängen und ihren Platz suchen. Fragen nach dem Wesen des Journalismus und Überlegungen, wer sich als JournalistIn betrachtet, beschäftigen die Journalismusforschung.

Auch Satireprogramme finden sich seit einigen Jahren im Fokus der Forschung, genauer seit 2004 aufgrund einer Umfrage des Pew Research Centers der Mythos entstand, Jugendliche in den USA bezögen ihre Informationen Großteils aus satirischen Nachrichtenformaten wie der *Daily Show with Jon Stewart* (Pew Research Center 2004). Ebenjener Moderator wurde überdies in einer Umfrage zum „most trusted newscaster“ gewählt (Kakutani 2008). Die BetreiberInnen satirisch-unterhaltender Formate wie Jon Stewart, John Oliver oder auch Stephen Colbert recherchieren, bereiten Informationen auf und erreichen die Menschen mit dem was sie machen. Mit den Mitteln des Humors schaffen sie es, die Leute nicht nur zu begeistern, sie schaffen auch eine Vertrauensbasis, die der Journalismus in den USA eingebüßt hat. Ihre Informationen mögen übertrieben, überzeichnet dargestellt sein, aber die grundlegenden Fakten sind korrekt. Sie kritisieren, sie kommentieren, sie tun all das, was ein/e BürgerIn von journalistischer Arbeit erwartet. „Diese Formate werden sowohl von politikaffinen als auch von an Politik wenig interessierten Zuschauer(innen) stark beachtet – was sie doppelt wertvoll macht.“, stellt Peter (2015: S.18) in ihrer Dissertation fest. Durch die *Narrenfreiheit*, die Satirebetreibende genießen, stehen ihnen andere Möglichkeiten der Darbietung zur Verfügung als traditionellen JournalistInnen. Auch können sie beispielsweise mit PolitikerInnen ganz anders umgehen. Sie genießen Freiräume die JournalistInnen, aufgrund etablierter Normen wie der Objektivität, ethischen Vorgaben oder auch durch Organisationen gesetzte Grenzen, nicht haben.

Trotz allem sind sich sowohl ihre Arbeitsweisen wie auch die Darstellungsformen nicht unähnlich. Manche satirischen Formate zählen ein eigenes Rechercheteam zu ihrem MitarbeiterInnenstab, andere Satirebetreibende werden von InvestigativjournalistInnen

unterstützt oder widmen, in der Vorbereitung ihrer Programme, Stunden der Aufarbeitung bestimmter gesellschaftlich relevanter Themen. Aufbauend auf diesen Ereignissen gewannen politisch-satirische Produktionen und ihre Rolle und Bedeutung im journalistischen Umfeld an Aufmerksamkeit.

Studien im anglo-amerikanischen Sprachraum beschäftigen sich beispielsweise mit Lerneffekten der „oppositional news“ (Baym 2009, S. 126) und ihren Auswirkungen auf RezipientInnen oder Wahlergebnissen. Andere vergleichen direkt die satirische Art und Kommentierung der Darstellung von tagesaktueller Politik mit traditionellen Nachrichtenformaten. Das Hauptaugenmerk der Untersuchungen liegt meist auf der Inhalts-, Publikums- oder Wirkungsforschung (Hmielowski et al. 2011; Feldman 2013; Hardy et al. 2014). Dass der Satire mehr Bedeutung zugemessen werden sollte, wird durch die Studien bestätigt: Beavers kommt bei ihrer Untersuchung zu Lerneffekten und Satire beispielsweise zu dem Schluss, dass sich Lehrende durchaus überlegen sollten, wie sie „[...] the pedagogical potential of such smart, provocative, and readily available resources [...]“ (2011, S. 419) nutzen könnte – wenigstens, um ein kritisches Bewusstsein im Umgang mit (Nachrichten-) Quellen zu schulen. Satire per se ist bei Weitem kein neuartiges Phänomen, sie blickt auf eine beinahe 2000-jährige Geschichte zurück. Bereits im alten Rom wurde sich der Satire in Form von Versdichtung oder dramatisch-komischer Inszenierungen bedient. Ein Ziel neben der Unterhaltung war damals wie heute das Aufzeigen von Missständen in der Gesellschaft mit Mitteln der humoristischen Darstellung. Bestehende Normen und Werte wurden durch satirische Neuinterpretationen von politischen Geschehnissen und Personen in Frage gestellt und durch den Rückgriff auf Humor konnte (begrenzt) Kritik an mächtigen Institutionen geübt werden.

Im deutschsprachigen Raum beschäftigt man sich etwa seit den 1960er Jahren aus literaturwissenschaftlicher und germanistischer Sicht mit Satireforschung (Brummack 1971). Eine kommunikationswissenschaftliche Perspektive kam erst vor etwa zehn Jahren hinzu.

Vereinzelt wurden bislang Formate wie die Harald Schmidt Show mit der Tagesschau verglichen (Nitsch und Lichtenstein 2013) oder der Versuch unternommen, politischen Humor im medialen Raum zu verorten, da „die wissenschaftliche Auseinandersetzung hierzu [...] aus einer Vielzahl von Perspektiven und [...] Methoden“ erfolgte, aber noch „kein kohärenter Überblick über das Gesamtphänomen erreicht werden konnte“ (Kleinen-von Königslöw 2014, S. 163; Kleinen-von Königslöw und Keel 2012). Viel (mehr) Bedeutung wurde dem Thema, abseits akademischer Abschlussarbeiten, trotz allem nicht beigemessen, obwohl Satire auch im deutschsprachigen Raum aufgrund eines Bedeutungsverlustes der Qualitätsmedien und einem Trend zur Informationsvermeidung einen Aufschwung verzeichnet (Kleinen-von Königslöw 2013).

Die Frage, die solche Forschungen landesunabhängig begleitet, ist jene nach dem tatsächlichen journalistischen Anspruch dieser Formate. Von Jon Stewart, dem Moderator der *The Daily Show with Jon Stewart* (bis August 2015) und den Mitgliedern der australischen Satire-Show *The Chaser's War on Everything*, wurde in (voneinander unabhängigen) Interviews wiederholt betont, sie seien keine JournalistInnen, sondern lediglich ProduzentInnen von Fake-News (Harrington 2012). Auch der Vorsitzende der satirischen Partei *DIE PARTEI* und ehemaliger *Titanic*-Herausgeber Martin Sonneborn äußerte sich in einem gemeinsamen Interview mit Jan Böhmermann im August 2018 zu diesem Thema. Sein Job sei es zu kommentieren und zu dokumentieren. „Ab und zu löse ich Dinge aus. Aber das ist nicht unbedingt mein Ziel. [...]“ (Bärnthaler, T./ Bauer, P. 2018, S. 13). Nichtsdestotrotz werden an Satirebetreibende Preise für journalistische Leistungen verliehen. Oliver Welke wurde 2010 und 2015 vom *Medium Magazin für Journalisten* als Unterhaltungsjournalist des Jahres geehrt, das Team der *heute-Show* gewann 2012 den Hanns-Joachim-Friedrichs-Preis¹, die TV-Satiresendung *Die Anstalt* 2015 einen Grimme-Preis und auch Jan Böhmermann ist

¹ Der Hanns-Joachim-Friedrichs-Preis wird seit 1995 jährlich an FernsehjournalistInnen für herausragende Leistungen vergeben (Hanns-Joachim-Friedrichs-Preis für Fernsehjournalismus e.V. 2012.)

mit Aktionen wie dem sogenannten *#varoufake* und *#verafake* mehrfacher Grimme-Preisträger, denn

[...] Böhmermann hat nicht nur die Inszenierungsmechanismen der Boulevardindustrie entlarvt, ihm gebührt auch das Verdienst einer großen Medienkritik. [...] Er hat mit unterhaltenden Mitteln auf die Wahrheit gedeutet, er hat die Branche innehalten lassen, er hat die Apparate für ein paar Stunden gestoppt. (Grimme-Institut 2016).

Journalistische Tendenzen sind – nicht nur aufgrund der erhaltenen Preise – in satirischen Formaten also durchaus festzustellen, auch wenn ihre BetreiberInnen sich nicht diesem Berufsstand zuordnen. Andere Produkte wie Karikaturen und Glossen werden im Regelfall journalistischen meinungsbetonten Darstellungsformen zugeordnet oder gleich als *journalistische Satire* bezeichnet - allerdings mit dem Zusatz, dass sie sich stark von den übrigen meinungsbetonten Darstellungsformen unterscheiden (Degen 2004, S. 57–61). Festzuhalten ist, dass sich politische Satire mit aktuellen, tagespolitischen Geschehnissen auseinandersetzt und diese so aufbereitet, dass einem Publikum Zusammenhänge erklärt werden, die vorher möglicherweise nicht oder nur unzureichend im öffentlichen Diskurs sichtbar waren und sie so eine Hilfestellung in der Informations- und Nachrichtenflut bieten kann. Teilweise erscheinen solche Beiträge besser recherchiert als so mancher Tageszeitungsartikel. Im Jahr 2014 kam es beispielsweise zu einer Gerichtsverhandlung, nachdem in einer Sendung von *Die Anstalt* zur Unabhängigkeit von JournalistInnen Verbindungen zwischen Journalisten der Wochenzeitung *Die Zeit* und Interessengruppen aus dem Bereich der Sicherheitspolitik aufgezeigt wurden und so der Berufsethos besagter Journalisten in Frage gestellt wurde. Die Klage wurde abgewiesen, da die Darstellungen zwar im Detail nicht zutreffend, im Gesamten jedoch faktisch richtig seien und es sich um einen satirischen Beitrag handle, „dem die ‚Verfremdung‘ wesensseigen sei“ (Janisch 2017).

Dieses Beispiel zeigt, dass Satire mehr sein kann als bloße Unterhaltung. Recherchierte Fakten werden satirisch aufbereitet, es werden Fehlentwicklungen aufgezeigt, und es werden einem breiten Publikum Informationen zugänglich gemacht, die andere unter Umständen nicht

gerne in der öffentlichen Berichterstattung sehen. Es wird Kritik geäußert, Menschen in Machtpositionen werden hinterfragt und mögliche Unstimmigkeiten werden beleuchtet. Dem tatsächlichen Stellenwert der Satire in einem journalistischen Feld werden in der Forschung trotz allem kaum Bedeutung beigemessen. Viel mehr beschäftigen sich WissenschaftlerInnen mit inhaltlichen Aspekten oder den Auswirkungen auf die Rezipierenden. Auch der Selbstwahrnehmung der Satirebetreibenden, ihren Motiven und Absichten, wird in der Forschung wenig Beachtung geschenkt (Kleinen-von Königslöw 2014), trotz ihrer Wirkung und Möglichkeiten (Hmielowski et al. 2011). Studien wie die von Knieper (2002), der KarikaturistInnen weltweit hinsichtlich ihrer Selbstwahrnehmung und der Wahrnehmung ihrer Arbeit im journalistischen Umfeld befragte oder Peters (2015) Studie zu journalistischen Leistungen von TV-KabarettistInnen, sind selten. Knieper untersuchte, inwiefern KarikaturistInnen die theoretisch erarbeiteten Aspekte einer Kritik- und Kontrollfunktion, einer politischen Meinungsbildung und einer Bewertung in ihrem beruflichen Leben als relevant erachten und ob sie sich selbst eher der Kunst oder doch dem Journalismus zuordnen, während Peter mithilfe von ExpertInneninterviews die Erfüllung journalistischer Aufgaben mit Mitteln der Satire in Kabarett- und Satireformaten im deutschsprachigen öffentlich-rechtlichen Fernsehen betrachtete.

Diese beiden Studien und die daraus stammende Fragestellung nach der Zuordnung der SatirikerInnen zur Kunst oder zum Journalismus, sind Ausgangs- und Anhaltspunkt für die nachfolgende Arbeit. Mithilfe von mehr als 30 Interviews mit österreichischen und deutschen KabarettistInnen, CartoonistInnen und satirischen AutorInnen sollen die verschiedenen Ansichten der SatireproduzentInnen untersucht werden, um einen Einblick in ihre Arbeit und die Selbsteinschätzung ihrer Rolle im journalistischen Umfeld zu erhalten. Zudem sollen die gewonnen Aussagen auf journalistische Aspekte abgeklopft werden, um zu sehen wo sich SatirikerInnen verorten lassen. Fragen zu Beruf und Berufswahl, äußeren Einflussfaktoren und der Verbindung zum Journalismus sollen zur Klärung beitragen. Da sich

der Großteil der Studien Fernsehformaten widmet, Satire jedoch nicht nur auf eine Plattform beschränkt werden kann, werden Satirebetreibende plattformungebunden befragt, mit dem Ziel mögliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den einzelnen satirischen Produktionen finden zu können. Da die meisten Studien in den USA durchgeführt wurden, politisches Kabarett und Satire aber gerade im deutschsprachigen Raum eine lange Tradition aufweisen und die Forschungen hierzu recht spärlich sind, werden ProduzentInnen von Formaten in Deutschland und Österreich befragt. Im Fokus steht die Frage, wie viel Journalismus satirische Arbeit tatsächlich aufweist.

In den nachfolgenden Kapiteln wird der theoretische Rahmen erläutert. Zur Untersuchung herangezogen werden Bourdieus Feldtheorie und daraus hervorgegangene Modelle und Weiterentwicklungen wie das mediale Feld von Beck et al. (2013) oder das Modell des Raumes journalistischer Arbeit von Örnebring et al. (2018), sowie Modelle der journalistischen Rollenforschung. Außerdem werden Entgrenzungen im Journalismus sowie Humor- und Satiretheorieansätze erläutert und der Versuch unternommen, Satire näherungsweise zu definieren und ihre historische Entwicklung überblicksartig darzustellen. Es folgt eine Darstellung des aktuellen Forschungsstand zu politischem Humor und satirischen Formen, sowie eine Betrachtung der Möglichkeiten satirischer Darstellungen. Im Anschluss werden Methode und Durchführung diskutiert und die Ergebnisse der Befragungen präsentiert und interpretiert. Abschließend folgt die Diskussion und Conclusio, in der ein Ausblick auf mögliche zukünftige Forschungen und die Limitationen dieser Arbeit gegeben wird.

Theoretischer Rahmen

Was ist Journalismus?

Die Frage *Was ist Journalismus?* begleitet den Berufsstand schon seit seiner Entstehung und wird in der Forschung wieder und wieder aufgegriffen. Über die Jahre haben sich Forschende weltweit eingehend mit ebenjener auseinandergesetzt (vgl. dazu u.a. Blöbaum 1994; Scholl 2002 [1997]; Quandt et al. 2005; Kepplinger 2011; Muck 2018) und zig Grundlagenwerke bemühen sich um Aufklärung (Neverla et al. 2002; Ruß-Mohl 2010; Meier 2018). Hier soll als thematische Einleitung lediglich ein Blick auf einige Definitionen und Diskussionen geworfen werden. Eine ausführliche Debatte des Themas ist nicht Ziel dieser Arbeit und würde ihren Rahmen bei Weitem sprengen.

Historisch wurde der Weg für Zeitungen und damit auch der Weg für den Beruf der JournalistInnen mit der Erfindung des Buchdruckes im 15. Jahrhundert geebnet. Gesellschaftliche und technische Entwicklungen trieben die medialen Entstehungen und den Journalismus voran. Das reine Erstellen von Nachrichten wurde lange Zeit als seine Hauptaufgabe betrachtet. Erst im späten 19. Jahrhundert etablierten sich Ideale wie der noch immer viel diskutierte Objektivitätsanspruch. Heutzutage sieht sich die journalistische Profession einer ständigen Debatte über ihre beruflichen Normen ausgesetzt. Nichtsdestotrotz haben sich professionelle Werte und Ansprüche manifestiert, die ein journalistisches Berufsethos bilden, dem sich JournalistInnen (mehr oder weniger) verpflichtet fühlen und an dessen Einhaltung die Qualität journalistischen Handelns gemessen wird. Muck bezeichnet Journalismus recht malerisch als „das Fenster zur Welt“ (Muck 2018, S. 289) und spielt damit auf die Fülle an Informationen an, die die Menschen brauchen, um sich einen Überblick über das Weltgeschehen zu machen, oft ohne die Möglichkeit, die präsentierten Nachrichten überprüfen zu können, diese als gegeben hinnehmen (müssen) und daraus ihr Bild der Wirklichkeit anfertigen. Meier stellt in seiner Definition von Journalismus dessen Aufgaben und Funktion für die Gesellschaft in den Mittelpunkt:

Journalismus recherchiert, selektiert und präsentiert Themen, die neu, faktisch und relevant sind. Er stellt Öffentlichkeit her, indem er die Gesellschaft beobachtet, diese Beobachtung über periodische Medien einem Massenpublikum zur Verfügung stellt und dadurch eine gemeinsame Wirklichkeit konstruiert. Diese konstruierte Wirklichkeit bietet Orientierung in einer komplexen Welt. (Meier 2018, S. 14).

Die Entwicklung einer professionellen Arbeitsweise in Form journalistischer Routinen verschaffe ein gewisses Maß an Vertrauen in der Gesellschaft. Die Kernaufgaben des Journalismus sieht Meier in der Schaffung von Transparenz und der Herstellung der Möglichkeit der Meinungsbildung durch ein ausführliches und rechtzeitiges Informieren, Kritisieren und damit auch Kontrollieren der Machtpositionen einer Demokratie. Darüber hinaus soll Journalismus den Diskurs über gesellschaftlich relevante Themen ermöglichen (Meier 2018, S. 16–17). Ruß-Mohl erweitert diese Aufgaben noch um die Funktionen Unterhaltung, Bildung, Integration und Sozialisation (2010, S. 17–23). Journalismus kann demnach als Hilfestellung des alltäglichen Lebens wahrgenommen werden. Durch die Nutzung von Medien kann die eigene soziale Stellung reflektiert und eine gebildete Meinungen in Frage gestellt werden. Kommentare, Glossen, Kolumnen oder satirische Nachrichtensendungen können hier Orientierung bieten. Mediale Erzeugnisse abseits der informativ-politischen Berichterstattung werden oft Randbereichen des Journalismus zugeordnet. Klaus und Lünenborg (2002) untersuchten deshalb die Problematik der Gegenüberstellung von Fakt und Fiktion. Denn Journalismus wird zu oft auf Information und Fakten reduziert. Informationen werden jedoch nicht 1:1 dargestellt, sondern durch die *fictio* (lat. Bildung, Formung, Gestaltung; bei Klaus und Lünenborg auch im Sinn von Deutung verwendet) auf verschiedene Arten gestaltet und aufbereitet. Die zentrale Funktion des Journalismus bestehe in der narrativen Herstellung eines gemeinsamen kulturellen Verständnisses. Mithilfe von Fakten werden Geschichten über Wirklichkeit konstruiert, die „unterhalten, weil sie informativ sind und informativ sind, weil sie unterhalten“ (2002, S. 111). Unterhaltung wird hier als Voraussetzung journalistischer Produktion und Präsentation

gesehen. Eine Trennung in fiktional und nicht-fiktional ist folglich für eine Abgrenzung des Journalismus nicht zielführend.

Von Definitionsversuchen über journalistische Aufgaben rät Buschow (2018) gänzlich ab. Es sei keine Einheitstheorie vorhanden und das Aufstellen einer solchen auch nicht erstrebenswert. Definitionen seien entweder nur im Kontext einzelner Untersuchungen nützlich oder unergiebig. „Anders ausgedrückt: *Der Journalismus ist, wofür Journalismustheorie ihn hält*“ (Buschow 2018, S. 97). Er fasst zwei in der Forschung vorherrschende Vorgehensweisen zur Betrachtung von Journalismus zusammen, die er beide nur bedingt unterstützt: eine operationale und eine funktionale Definition. Die operationale Definition bindet Journalismus an die Tätigkeit von Personen oder Aktivitäten von Organisationen und Medien. Die funktionale Definition fokussiert die Funktion des Journalismus in und für die Gesellschaft. Buschow plädiert für eine direkte Betrachtung dessen, was journalistische AkteurInnen regelmäßig und kontextübergreifend tun und dadurch als Journalismus kennzeichnen. Es brauche eine unmittelbare Beobachtung der gegenstandsnahen Praxis, denn „Journalismus ist, was in und durch soziale Praktiken als ‚Journalismus‘ etabliert wird.“ (ebd., S. 101). Die erlebten Praktiken stünden absolut im Mittelpunkt, frei von vorhergehenden definitorischen Einschränkungen, denn jede Bestimmung von Journalismus könne immer nur eine temporäre Arbeitsdefinition sein (ebd., S. 98-104).

Einen entsprechenden Ansatz wählt Deuze (2005), der das Konzept des Journalismus als „occupational ideology“, mit Blick auf Veränderungen in der Denkweise über und der Ausübung von Journalismus untersucht, die durch die Entstehung soziokultureller und sozioökonomischer Aspekte hervorgerufen werden (2005, S. 443). Journalismus wird als Ideologie konzipiert, wodurch die Bedeutung, die JournalistInnen ihrer Arbeit beimessen, im Vordergrund steht. Ideologie kann als ein System von gemeinsamen Überzeugungen einer Gruppe gesehen werden, die innerhalb dieser Verbindlichkeiten schaffen. Die Elemente,

Konzepte und Werte, die in der Literatur einer journalistischen Ideologie zugeordnet werden, werden von Deuze zu fünf idealtypischen Merkmalen zusammengefasst: JournalistInnen sollen als SammlerInnen und VerbreiterInnen Informationen bereitstellen (public service). Sie sollen die Ideale verfolgen unparteiisch, neutral, fair und glaubwürdig zu sein (objectivity), ihre Arbeit unabhängig, frei und autonom ausführen (autonomy), einen Sinn für Unmittelbarkeit, Aktualität und Schnelligkeit (immediacy), sowie ein Gefühl für Ethik und Legitimität haben (ethics) (ebd., S. 444-447). Es handelt sich hier um Ideale, die von JournalistInnen weltweit in unterschiedlichem Ausmaß wahrgenommen werden und die jede/r Journalismusbetreibende bis zu einem gewissen Grad verinnerlicht. Journalismus muss trotz allem immer im kulturellen Kontext betrachtet werden, da die Art und Weise der Ausübung natürlich auch von äußeren Umständen wie beispielsweise der politischen Lage abhängig ist. Somit spielen sowohl innere wie auch äußere Zwänge bei der Beschreibung eine Rolle. Um sich den verschiedenen Handlungsbereichen und ihren Beziehungen zueinander anzunähern wird im Weiteren auf Bourdieus Feldtheorie zurückgegriffen.

Zu Bedenken ist, dass der Ausgangspunkt der Diskussionen über Journalismus vorwiegend der politische Journalismus ist, alle anderen Formen werden meist als Randbereiche abgestempelt und existieren irgendwo abseits des *wichtigen* Polit-Journalismus. Der Zugang zu der Verschränkung von Journalismus und Satire führt allerdings ebenfalls (zum Teil) über die politische Schiene, da Satire sich durch einen tagesaktuellen und/ oder gesellschaftlichen Bezug auszeichnet, der oft mit politischen Ereignissen verknüpft ist. Die *anderen Journalismen* dürfen allerdings nicht vergessen werden, da Unterhaltung genau dort anzusiedeln ist. Es wird also nach einer Verknüpfungsmöglichkeit des *seriösen* Journalismus mit dem *Randelement Unterhaltungsjournalismus* gesucht. Außerdem müssen die sogenannten Fake News mit der Intention der (böswilligen) Täuschung von Nachrichten unterschieden werden, die durch verfälschte Fakten (im Sinne von beispielsweise Übertreibungen) Aufmerksamkeit erregen wollen. Diese Grenze zu ziehen ist nicht einfach

und alles andere als klar, da die Absicht des Verfassers/ der Verfasserin selten eindeutig erkennbar ist. Eine solche Problematik wächst zunehmend, weil VerfasserInnen böswilliger Falschmeldungen satirische Kennzeichnungen oft missbrauchen, um sich zum Beispiel rechtlichen Verfolgungen zu entziehen.

Die unglaubliche Fülle und Uneinigkeit, die in der Frage *Was ist Journalismus?* herrscht, gibt Buschow (2018) recht - eine klare Definition zu finden ist jedoch auch nicht Ziel dieser Arbeit. Journalistische Routinen nach Meier (2018) oder Eigenschaften, wie die idealtypischen Werte nach Deuze (2005), die als Werte postuliert und in der journalistischen Alltagsarbeit umgesetzt werden, sollen in dieser Arbeit als definitorische Eckpunkte genügen.

Satire und Journalismus – ein erster Blick

Eine Verknüpfung von Satire und Journalismus – oder einfacher keine direkte Trennung der Begriffe – ergibt sich aus Überlegungen zur Verbindung von Journalismus und Unterhaltung und den daraus entstehender Formen wie Infotainment, Edutainment oder Politainment (Dörner 2001). Der Begriff des Politainment soll im weiteren Verlauf der Arbeit herangezogen werden, um die Brücke von allgemeiner Unterhaltung zur Satire zu schlagen und sich mit dem Verhältnis von Politik, Journalismus und Satire auseinanderzusetzen. Die ursprüngliche Trennung von Unterhaltung und Journalismus beruht auf einer der Aufklärung verpflichteten Idee, dass allein die Information den/die StaatsbürgerIn dazu befähige, sich kompetent am gesellschaftlichen Leben zu beteiligen. Unterhaltung gilt dagegen als Möglichkeit der Wirklichkeit zu entfliehen, was zur Gegenüberstellung einer Informations- und Spaßgesellschaft führt. Diese Dichotomie ist in Zeiten eines vermehrten Aufkommens von Hybridgenres und dem Ausfransen des journalistischen Berufsstandes kaum noch aufrechtzuerhalten (Lünenborg 2007, S. 68). Gegen eine – auch formattechnische – Trennung spricht das verstärkte Rezeptionsvergnügen bei Formaten, die Informationen mit dramaturgischen und narrativen Elemente mischen, während das bloße Darstellen von Informationen in erster Linie eine Analyse vom Publikum fordert und deshalb eine höhere intellektuelle Barriere aufweist (ebd., S.77). Überlegungen wie diese und Studien wie die eingangs erwähnte Studie des Pew Research Centers², geben den Anstoß zur Verbindung der Forschungsbereiche Satire und Journalismus. Die Frage der tatsächlichen Qualität satirischer Nachrichten und deren Stellenwert innerhalb des Journalismus wurde zur grundlegende Fragestellung im akademischen Kontext (Peters 2013). Satire wird nicht mehr nur als bloßes Unterhaltungsinstrument gesehen, sondern vermehrt als essenzielle (Zusatz-) Quelle, als

² Laut Peters (2013) gab es vor der Umfrage lediglich einen einzigen fünfseitigen Bericht, der die *The Daily Show with Jon Stewart* beiläufig erwähnte

Korrektiv, als Journalismus (Nieland und Kamps 2004; Scholl, A./ Renger, R./ Blöbaum, B. 2007; Jones 2010; Harrington 2012; Bailey 2018). Die Art der Informationseinbettung und -präsentation führt dazu, dass die Satire fallweise als alternative Form des Journalismus diskutiert wird (Harrington 2012; Peters 2013). Dies wird verstärkt durch ihre zusätzlichen Möglichkeiten. Satirische Formate sind durch die Meinungs- und Kunstfreiheit anders reguliert und genießen auch aus ethischer Sicht mehr Spielraum, beispielsweise beim Führen von Interviews mit PolitikerInnen (Peter 2015). Sie können durch die Unabhängigkeit von ethischen Vorschriften, denen sich traditionelle JournalistInnen verschrieben haben, als eine Art grotesker Watchdog agieren und JournalistInnen ebenso aufs Korn nehmen und verspotten, wie die Themen mit denen sie sich beschäftigen (Berkowitz und Schwartz 2016, S. 4). Studien zeigen, dass Satire-Programme in Zeiten des aufsteigenden Populismus motivierend und lösungsorientiert arbeiten und sich so an ähnlichen Rahmenbedingungen wie der *advocacy journalism* orientieren (Kilby 2018). Sollten solche Formate erfolgreich sein (und eine Wirkung wurde bereits nachgewiesen), dann hätten satirische Formate die Chancen und Möglichkeiten die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Integriert man diese Aspekte der Satire in journalistische Bereiche, so ist sie zumindest als Form des meinungsbetonten Journalismus, als KommentatorIn aktueller Ereignisse zu sehen. Andererseits folgt Satire eben nicht zwingend journalistischen Standards und beruft sich auf die Kunstfreiheit. Auch kann eigentlich nicht von *der* Satire gesprochen werden, da es keine feststehende Definition des Satirebegriffs gibt. Zeitungsglossen werden oft ebenso dazugezählt wie Kabarettprogramme, satirische Nachrichten-Sendungen wie die *heute-show*, satirische Blogs wie *Eine Zeitung* oder auch Zeichentrickserien wie die *Simpsons*. Daher ist sowohl eine Abgrenzung von Satire und ihren Darstellungsformen notwendig, wie auch eine Betrachtung des journalistischen Feldes und journalistischer Rollen, um eine Verbindung zu Satirebetreibenden und deren Position zu bestimmen.

Das journalistische Feld

Die Feldtheorie Bourdieus steht „auf dem Fundament der Eigenschaften, Weltsichten, Sozialisationen und Lebenswelten der individuellen Akteure“ (Hanitzsch 2016, S. 282). In strukturierten Räumen tragen FeldakteurInnen *Kämpfe* um (soziale) Positionen aus und gestalten so ihre Beziehung innerhalb eines bestimmten Raumes: „Ein Feld ist in erster Linie eine soziale Welt mit Herrschern und Beherrschten sowie mit all den Zwängen, die von solchen Beziehungen ausgehen.“ (Meyen 2009, S. 326). Der Kampf wird von feldspezifischen Normen und Strukturen (*nomos*) bestimmt. Hanitzsch führt als *nomos* des journalistischen Feldes Werte wie Objektivität, Aktualität, Unabhängigkeit und das Handeln im öffentlichen Interesse an. Die Durchsetzungskraft des *nomos* ist aufgrund der Unterschiedlichkeit mitverantwortlich für die Durchlässigkeit der Feldgrenzen (Hanitzsch 2016). Wo AkteurInnen sich im Feld positionieren, entscheidet der Besitz des Kapitals. Kapital existiert in vier Ausprägungen – in Form von ökonomischem, kulturellem, sozialem und symbolischem Kapital. Ökonomisches Kapital umfasst finanzielle Ressourcen, also Geld oder andere Vermögenswerte, die sich unter marktwirtschaftlichen Bedingungen in Geld umwandeln lassen. Bezogen auf das journalistische Feld sind darunter beispielsweise Auflage, Werbeeinnahmen oder Einschaltquoten zu verstehen (Benson 2013). Das soziale Kapital umfasst soziale Netzwerke und Beziehungen, die eine Integration in Gruppen ermöglichen. Kulturelles Kapital entsteht aus Fähigkeiten, Fertigkeiten und Wissen, welche man sich im Laufe des Lebens aneignet. Es kann nochmals unterschieden werden in sogenanntes inkorporiertes Kulturkapital (Bildung), objektiviertes Kulturkapital (kulturelle Güter wie beispielsweise Bücher) und institutionalisiertes Kulturkapital (Bildungstitel). Symbolisches Kapital spiegelt sich in Prominenz und Anerkennung (zum Beispiel durch den Erhalt von Preisen) wider (Meyen 2009; Siapera und Spyridou 2012). Sozial zu existieren bedeutet also, sich von anderen zu unterscheiden. Dieser meist unbewusst stattfindende Prozess, der das Denken und Handeln strukturiert und damit Einfluss auf die Position und das Verhalten im

Feld nimmt, kann als *Habitus* der AkteurInnen bezeichnet werden. Er formt sich im Laufe des Lebens aus der Erziehung ebenso, wie aus Erlebnissen und Erfahrungen. Die Analyse des Habitus ist bei der Erforschung unterschiedlicher kultureller Produktionen ebenso wichtig, wie die Position im Feld selbst (Meyen und Riesmeyer 2012; Benson 2013). Meyen sieht im Habitus-Konzept einen Schlüssel zur Arbeit von JournalistInnen, um ihre Strukturen des Arbeitens zu begreifen und auf Handlungsschemata anwenden zu können. Bourdieu teilt zur Untersuchung verschiedener Formen der Praxis den Habitus weiter in einen *opus operatum* (soziodemographische Merkmale, Sozialisation und Lebenssituation), sowie einen *modus operandi*, welcher durch den opus operatum geformt wird und erklären soll, wie und warum man handelt (Meyen 2009).



Abb. 1: Der Journalist und sein Selbstverständnis (Meyen 2009, S. 330)

Örnebring et al. schlagen darauf aufbauend ein Modell vor, das die Perspektive Bourdieus mit Aspekten der journalistischen Arbeit verbindet. Journalistische Arbeit erstreckt sich demnach über drei Dimensionen: journalistisches Kapital, Zugriff auf Ressourcen und materielle

Sicherheit. Unter journalistischem Kapital wird der Grad des Besitzes symbolischer Ressourcen verstanden, deren Wichtigkeit von den AkteurInnen des Feldes anerkannt ist. Ressourcenzugang entspricht der Menge an ökonomischen, geschäftlichen und technologischen Ressourcen, die dem individuellen Journalismusbetreibenden zur Verfügung stehen. Materielle Sicherheit äußert sich in vertraglichen und finanziellen Möglichkeiten (Örnebring et al. 2018, S. 409–411). Diese Modell soll es ermöglichen, einen metaphorischen Raum zu schaffen, in dem alle journalistisch Tätigen sowie ihre Arbeit verortet werden können. Örnebring et al. versuchen, nicht nur den Habitus zu fokussieren, sondern auch Arbeitsbedingungen und den verfügbare Ressourcen miteinzubeziehen, die im bourdieuschen Feld weniger beachtet werden.

Allgemein wird das journalistische Feld dem übergeordneten kulturellen Feld zugeordnet, welches wiederum Teil des Feldes der Macht ist. Das Feld der kulturellen Produktion weist hohes kulturelles und soziales Kapital jedoch niedriges ökonomisches Kapital auf – im Gegensatz zum Feld der Macht, das reich an ökonomischem Kapital und eher arm an kulturellem Kapital ist. Innerhalb der Felder finden sich weitere Subfelder, die ebenfalls unterschiedliche Kapitalverteilungen aufweisen. Als Beispiel sei hier das Feld der avantgardistischen Kunst genannt, welches sehr hohes kulturelles Kapital und somit auch eine sehr hohe Autonomie aufweist, da die breite Masse und Kaufkraft des Publikums nicht die Zielgruppe dieser Art der Kunst ist, sondern lediglich Gleichgesinnte angesprochen werden sollen. Folglich besteht kaum ökonomische Abhängigkeit. Journalismus wird dagegen meist für Massenmedien und folglich auch für ein Massenpublikum produziert und hat dementsprechend mehr ökonomisches Kapital vorzuweisen. Das Endprodukt *Information* ist an ein Publikum außerhalb des Feldes gerichtet, weswegen dem Feld eine hohe Heteronomie zugeschrieben wird, da der Journalismus auf die InformationskonsumentInnen angewiesen ist. Diese Annahme kann, wie auch die Annahme des hohen ökonomischen Kapitals, allerdings nicht für alle journalistischen Formen gelten, da verschiedene Produkte verschiedene Formen

von Kapital in unterschiedlichem Umfang erzeugen (Siapera und Spyridou 2012). Eine genaue Einordnung der diversen medialen Formate oder Arten des Journalismus ist deswegen schwierig und wird selten praktiziert. Meyen erstellt aus diesem Grund (anhand einer Befragung deutscher JournalistInnen zu Arbeitsbedingungen und ihrem Selbstverständnis) ein journalistisches Feld für Deutschlands Medienlandschaft, um „die theoretische Diskussion über die Gesetze und Strukturen des journalistischen Feldes in Deutschland empirisch zu stützen“ (2009, S. 328) und so Aussagen über die HauptakteurInnen des Feldes und ihren Habitus treffen zu können.

Zu bedenken ist, dass das journalistische Feld allgemein kein völlig autonomes, unbeeinflusstes Feld ist. Jeglicher Neuzugang von außerhalb kann die Strukturen des Feldes erschüttern und ein erneutes Ausbalancieren und Austarieren der Spielregeln fordern. Die Grenzen zu benachbarten Feldern sind unscharf und nicht klar definiert, andere soziale Felder überschneiden sich. Bewegungen der Grenzen sind eher die Norm als die Ausnahme (Örnebring et al. 2018, S. 405). In diesen Grenzbereichen werden journalistische Normen ausdifferenziert und neu konzipiert oder bereits bestehende Werte werden bestätigt. Um auch Satire hier unterzubringen, wird auf Beck et al. (2013) zurückgegriffen, die Bourdieus journalistisches Feld zu einem dynamischen Feld der Medien erweitern, um unterhaltende und fiktionale Medienformate ebenfalls einzuschließen. Sie versuchen so alle MedienakteurInnen zu inkludieren und die Machtverhältnisse darzustellen, die sich aus den Relationen zwischen KommunikatorInnen- und RezipientInnenpositionen ergeben. RezipientInnen haben hier auch die Möglichkeit gelegentlich oder regelmäßig zu KommunikatorInnen zu werden. Im Feld der Medien herrschen der anspruchsvolle Journalismus, Bildungsmedien und die „Unterhaltungsangebote der Hochkultur“ (2013, S. 242), die allerdings nicht näher definiert werden, vor. Hauptaugenmerk gilt der Erreichung von öffentlicher Aufmerksamkeit und Kommunikationsrepräsentanz. Ob und wie diese gegeben sind, ist eine Frage der Macht der AkteurInnen. „Kapitalstarke, medienkompetente Akteure können Subjekte medialer

Kommunikation sein, also sich der Medien zum Zweck der öffentlichen Kommunikation bedienen.“ (ebd., S. 243). Beck et al. erweitern nicht nur den Feldbegriff, auch der Kapitalbegriff wird um eine mediale Komponente erweitert. Darunter wird die Kompetenz von AkteurInnen verstanden, Öffentlichkeit für eigenen Themen und Meinungen herzustellen, mediale Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen und letztlich auch Einfluss auf die (journalistische) Berichterstattung zu nehmen (ebd., S. 245).

Satire kann demnach durchaus als Komponente gesehen werden, die das Feld des professionellen Journalismus herausfordert und ein mögliches Umdenken des *nomos* erzwingt oder als Korrektiv fungieren kann. Dörner und Vogt sehen Satire beispielsweise als „Kernelement einer demokratischen Öffentlichkeit“, die „die politische Debatte belebt und für ein breiteres Publikum interessant erscheinen lässt.“ (Dörner und Vogt 2017, S. 68), womit Satire und Journalismus zumindest teilweise eine ähnliche Aufgabe zukäme und ein Nachdenken über die Position der Satire innerhalb des journalistischen Feldes gerechtfertigt erscheint. Die Feldtheorie erweist sich im Hinblick auf das Verstehen journalistischer Arbeit als wertvoll, da sich hier nicht auf vorgefertigte Definitionen verlassen wird, sondern der Fokus stattdessen auf den TeilnehmerInnen des Feldes liegt, d.h. auf allen sozialen AkteurInnen, die journalistische Normen und Ziele in unterschiedlichem Umfang verinnerlicht haben, also eine journalistische *doxa* teilen. Bei der folgenden Untersuchung erfolgt eine Anlehnung an Örnebring et al., genauer an der Kritik, dass bei feldtheoretischer Forschung oft nicht alle Individuen, die nach einer journalistischen *doxa* arbeiten, miteingeschlossen werden, sondern stets der Fokus auf Individuen innerhalb der Medien gelegt wird. Die Satire hat kann nicht von vorne herein dem journalistischen Feld zugeordnet werden, soll aber dennoch hinsichtlich einer möglichen Zugehörigkeit betrachtet werden (Örnebring et al. 2018, S. 407–408). Neben der Betrachtung des journalistischen Feldes braucht es eine Ermittlung der Rollenverständnisse, um auf einer persönlichen Ebene die

mögliche Verflechtung mit journalistischen Normen und Werten nachvollziehen zu können. Ausgangspunkt sind Theorien der journalistischen Rollendimensionen.

Rollenverständnis und journalistische Identität

Der Medienwandel hat dazu beigetragen, dass das Berufsbild [des Journalisten/ der Journalistin] Entgrenzungsprozessen ausgesetzt ist, die eine trennscharfe Definition noch schwerer machen. (Muck 2018, S. 291).

Journalismus hat nicht nur mit technischen Veränderungen zu kämpfen, auch traditionelle journalistische Normen und Werte sind einem zunehmenden Wandel ausgesetzt. Das Feld des Journalismus, von seiner historischen Entwicklung geprägt und über lange Zeit gewachsen³, zeigt die traditionellen Strukturen und Rahmenbedingungen einer beruflichen Ideologie auf, die eine Ausführung des journalistischen Berufes nach bestimmten Wertvorstellungen regelt. Bisher gekannte Grenzen verschwimmen jedoch in ähnlichem Maße, wie auch die Gesellschaft und Kultur sich immer wieder neu positionieren und formen (Berkowitz und Schwartz 2016, S. 4). In diesem Spannungsfeld verlieren JournalistInnen ihre etablierte Rolle als Watchdogs und VerbreiterInnen von Informationen zunehmend. Das Ineinandergreifen von Nachricht und Unterhaltung schreitet immer weiter fort, Genre-Grenzen lösen sich auf und sowohl Medienschaffende als auch politische AkteurInnen und RezipientInnen werden „offener für [eine] humoristische Herangehensweisen an ernste Themen“ (Kleinen-von Königslöw 2014, S. 167). Deuze und Witschge (2016) zeigen Trends wie die Neuorganisation der Arbeitswelt oder die Entstehung einer *redactional society* auf, die allesamt weg von einer institutionellen und hin zu einer individuellen Sichtweise führen. Damit einher geht der Bedarf nach einer neuen Perspektive und einer neuen Ordnung des Berufsfeldes *Journalismus*. Die Produktion von Nachrichten findet nicht mehr ausschließlich in Redaktionen statt, sondern

³ Einen Überblick über die Entwicklung des Journalismusberufes liefern Pürer und Raabe: Zur Berufsgeschichte des Journalismus. In: Neverla, I./ Grittmann, E./ Pater, M. (2002): Grundlagentexte zur Journalistik. Konstanz: UVK.

erstreckt sich auf die unterschiedlichsten Medien und Formate. Neben einem Zugang zur Ressource *Informationen* sind zur Produktion auch Kompetenzen notwendig, die bislang als den JournalistInnen vorbehaltene Fähigkeiten galten. Es ist erforderlich, Informationen zu sammeln, zu sichten, abzuwiegen und sie auf eine effektive und kreative Art zu verarbeiten. Jede/r kann also an einem gewissen Punkt journalistisch tätig sein, indem er oder sie journalistische Techniken erlernt und anwendet. Gleichzeitig sollte allerdings die Tragweite der Verantwortung solcher Handlungen nicht unbedacht bleiben (Deuze und Witschge 2016, S. 116–117). Unweigerlich taucht die Frage auf wie und ob Journalismus abzugrenzen ist und wer sich dementsprechend als JournalistIn bezeichnen darf. Aufklärung verspricht das journalistische Rollenverständnis, also die Verhaltenserwartungen, die sich als kollektiv geformte Richtlinien in der Arbeit der JournalistInnen widerspiegeln.

Solche sozialen Rollen können definiert werden als ein „Bündel von Erwartungen, die sich in einer gegebenen Gesellschaft an das Verhalten der Träger von Positionen knüpfen“ (Dahrendorf 2017 [1962], S. 173). Diese Erwartungen der/des Einzelnen formen gesellschaftliche Rollenbilder, mit Hilfe derer sich berufliche Identitäten beschreiben lassen. Der Diskurs solcher Rollen ist, bezogen auf den Journalismus, jener Ort, an dem die journalistische Identität reproduziert oder angefochten wird. Hier kämpfen AkteurInnen darum, ihre Identität zu erhalten oder zu verändern. Durch diese Auseinandersetzung kristallisieren sich dominierende Positionen als institutionelle Normen und Praktiken heraus (Hanitzsch und Vos 2017). Ein Teil dieses Rollenverständnisses ist neben journalistischem Denken auch das Handeln von JournalistInnen (Donsbach 2008). So formen individuelle Vorstellungen eine kollektive Wirklichkeit, die darüber entscheidet, wie der eigene Beruf ausgeübt werden soll und wie die gesellschaftliche Rolle des Journalismus bestimmt werden kann. Entscheidend sind beispielsweise persönliche Überzeugungen und private ebenso wie beruflichen Erfahrungen. Die eigenen Erwartungen können jedoch in Konflikt mit äußeren Einflüssen oder Einschränkungen geraten, wie beispielsweise Ressourcen finanzieller oder

persönlicher Art, oder Erwartungen von KollegInnen (Kepplinger 2011). Laut Hanitzsch und Vos (2017) werden journalistische Rollen nicht einfach festgelegt, sondern werden diskursiv innerhalb eines institutionellen Rahmens immer wieder neu verhandelt. Um diesen Prozess darzustellen, erstellen sie vier Kategorien: die normative, kognitive, praktische und narrative Kategorie. Die normative und kognitive Kategorie sind Teil der Rollenorientierung, die sich zusammensetzt aus Werten und Einstellungen des Journalismus in der Gesellschaft und letztlich der Ideale, die JournalistInnen verinnerlichen. Die narrative und praktische (oder praktizierende) Kategorie wird der *role performance* zugeordnet, da hier ein tatsächliches Verhalten beobachtet werden kann. Die journalistische Rolle setzt sich demnach zusammen aus den Überlegungen was JournalistInnen *tun sollten*, was sie *tun wollen*, was sie tatsächlich *in der Praxis tun* und was sie *erzählen, dass sie tun*. Diese vier Kategorien fließen ineinander und beeinflussen sich gegenseitig (s. Abb. 2). Normative Rollen werden durch gesellschaftliche Ansprüche geformt, während kognitive Orientierungen durch die Sozialisation der AkteurInnen entstehen. Die tatsächliche Umsetzung der ersten beiden Rollenbildern spiegelt sich in der beobachtbaren Arbeit der JournalistInnen wider. Die Reflexion über die eigene Arbeit führt schließlich zur Entwicklung einer narrativen Rolle, die das individuell wahrgenommene Selbstbild darstellt, welches wiederum die normativen und kognitiven Rollenorientierungen beeinflusst (Hanitzsch und Vos 2017, S. 123–129).

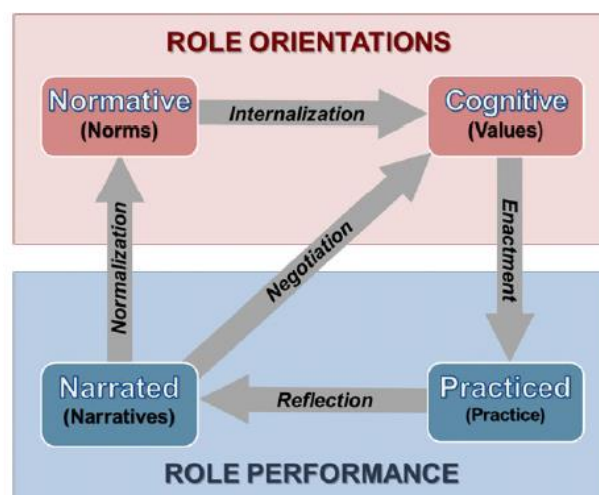


Abb. 2: The process model of journalists' roles (Hanitzsch und Vos 2017, S. 123)

Rollen sind also keine starren Konstrukte, die sich einmalig formen, sie müssen ständig beobachtet und neu interpretiert werden. Sie sind Teil einer Journalismuskultur, die sich aus Ähnlichkeiten und Unterschieden der professionellen Orientierung und allgemeinen Merkmalen des journalistischen Berufsfeldes zusammensetzt. Werte, Einstellungen und Überzeugungen, und Praktiken sind Faktoren einer solchen Journalismuskultur. Vor allem den Orientierungen und Praktiken wird von Hanitzsch (2007) Bedeutung zugeschrieben, um zu verstehen, wie JournalistInnen ihre eigene Wirklichkeit wahrnehmen und darauf aufbauend ihren Beruf ausüben. Das Rollenverständnis der professionellen AkteurInnen steht im Vordergrund, da damit Aussagen über „professionelle Selbstbeschreibungen und Identitäten im Journalismus“ getroffen werden können (Hanitzsch 2007, S. 374).

Forschungen mit Blick auf journalistische Rollendimensionen haben eine lange Tradition und sehr viele Studien haben bereits die Sicht der JournalistInnen auf ihre Arbeit untersucht, um die journalistische Identität und damit verbunden deren Platz in der Gesellschaft zu verstehen (vgl. beispielweise Cohen 1963; Donsbach 2008; Hanitzsch et al. 2011; Weaver und Willnat 2012). Die empirisch erhobenen Rollenbeschreibungen reichen von Einordnungen von JournalistInnen als neutraler Beobachter oder teilnehmende Journalistin (Cohen 1963) bis zu Modellen mit 18 (Abb. 3) verschiedenen Rollenausprägungen (Hanitzsch und Vos 2018), auf welche hier etwas näher eingegangen werden soll. Die verschiedenen Ausprägungen können, laut Hanitzsch und Vos, auf einer höheren Ebene in sechs elementare journalistische Funktionen eingeordnet werden. Eine der klassischen Funktionen ist jene eines Informationsvermittlers (*informational-instructive*). Um BürgerInnen die Beteiligung an politischen Prozessen zu ermöglichen, müssen, ganz im historischen Verständnis des Journalismus, relevante Informationen zur Verfügung gestellt werden, um das politische Leben zu bestreiten. Die journalistische Rolle umfasst hier die Erhebung, Umformung und Weitergabe von Informationen. Die *analytical-deliberative* Dimension sieht die journalistische Rolle als politisch etwas aktiver. Durch beispielsweise Kommentare greifen

JournalistInnen entweder unmittelbar in den politischen Prozess ein oder versuchen die öffentliche Debatte anzuregen und (be)stärken auf diese Weise die BürgerInnen. Dies kann durch das Analysieren von Situationen und Aufzeigen von Konsequenzen, durch das Bieten eines Forums zur Diskussion oder das tatsächliche Mobilisieren geschehen. Die *critical-monitorial* Funktion ist die normative Kernfunktion der westlichen JournalistInnen. Sie basiert auf der Vorstellung des Journalismus als *Vierte Gewalt*, dem Erheben einer kritischen Stimme und dem Bilden kritisch denkender BürgerInnen. Die Formen reichen von kritischer Beobachtung über investigative aufklärerische Arbeit bis zur Ausübung einer Wachtdog-Rolle zur Kontrolle der Machthabenden einer Gesellschaft. JournalistInnen, die der Funktion *advocative-radical* zugeordnet werden, sehen sich selbst eher als TeilnehmerInnen politischer Prozesse denn als objektive BeobachterInnen. Sie treten als KontrahentInnen der Mächtigen und als FürsprecherInnen von Werten und Ideologien auf. Die *developmental-educative* Funktion überträgt die vorher beschriebene interventionistische Funktion sozusagen ins reale Leben, indem JournalistInnen tatsächlich zur Bildung, Aufklärung und zum sozialen Wandel beitragen. Die letzte Dimension (*collaborative-facilitative*) beinhaltet schließlich JournalistInnen, die sich als PartnerInnen der Regierung sehen. Sie neigen dazu, die Autoritäten zu verteidigen und Selbstzensur zu betreiben (Hanitzsch und Vos 2018).



Abb. 3: Journalistic roles in the domain of political life (Hanitzsch und Vos 2018, S. 153)

Diese Dimensionen zeigen die Vielfältigkeit der Rollenzuweisungen und damit auch die Bedeutungsvielfalt, die JournalistInnen ihrer beruflichen Ideologie zukommen lassen. Ein solches Modell ermöglicht aber auch eine Übertragung der Rollenzuschreibungen auf dem Journalismus nahe Berufsgruppen und so eine mögliche Einordnung der ProduzentInnen fiktionaler Formate in journalistische Bereiche.

Die Beschäftigung mit Rollenverständnissen ermöglicht es, ein Verständnis für die Handlungen journalistischer AkteurInnen und deren Abstecken von Grenzen hinsichtlich des journalistischen Feldes zu entwickeln. Hierfür ist es wichtig, auch AkteurInnen außerhalb des Feldes im Blick zu haben, welche das Feld beeinflussen oder sogar versuchen ins Feld zu drängen und so die etablierten Rollen ins Wanken bringen. Journalismus soll in dieser Arbeit als vielfältige, kulturelle und sich ständig verändernden Praxis innerhalb einer komplexen sozialen Landschaft verstanden werden (Carlson 2015). Diese Vielfalt schließt vor allem jene schon angesprochenen Randbereiche der Unterhaltung ein, die in der Gesellschaft einen hohen

und in der Wissenschaft einen eher niedrigen Popularitätsgrad genießen. Dieser Grad der Beliebtheit lässt sich mit der Verschmelzung des schon angesprochenen Begriffs des Politainment beschreiben.

Politainment und das Verhältnis von Journalismus und Unterhaltung

Politainment bezeichnet eine bestimmte Form der öffentlichen, massenmedial vermittelten Kommunikation, in der politische Themen, Akteure, Prozesse, Deutungsmuster, Identitäten und Sinnentwürfe im Modus der Unterhaltung zu einer neuen Realität des Politischen montiert werden. Diese neue Realität konstituiert den Erfahrungsraum, in dem den Bürgern heutzutage typischerweise Politik zugänglich wird. (Dörner 2001, S. 31)

Der Begriff Politainment bezeichnet die Verschmelzung von Politik und Entertainment. Durch diese wird Politik medial sichtbar und erfahrbar und es wird durch die Generierung einer Öffentlichkeit für relevante Themen die Möglichkeit zur Anschlusskommunikation geschaffen (ebd., S. 33-34). In dieser von Dörner angesprochenen *neuen Realität* ist auch die Satire anzusiedeln, da sie typischerweise genau die Verbindung von politischen Ereignissen und unterhaltender Darbietung darstellt. Betrachtet man Satire nun unter journalistischen Gesichtspunkten, kommt man nicht um das Spanungsverhältnis von Journalismus und Unterhaltung herum. Scholl et al. weisen in ihrem Sammelband *Journalismus und Unterhaltung* (2008) darauf hin, dass das Thema aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht lange vernachlässigt wurde. Bis in die 1980er Jahre wurden die Bereiche strikt getrennt betrachtet, erst danach rückt die Verbindung der Thematik immer mehr in den Fokus der Forschung. Das zeigen eben jene Begriffsverschmelzungen wie Infotainment, Edutainment und Politainment oder auch der von Weinacht & Hohlfeld (2007) entwickelte Begriff *Faction*, der das Verschmelzen der beiden Grundorientierungen Fakten und Fiktion aufgrund wechselseitiger Entgrenzung meint. Wie Journalismus und Unterhaltung theoretisch zusammenhängen, darüber sind sich Forschende uneinig. Es werden verschiedene Ansätze verfolgt, um diese Beziehung zu beschreiben, eindeutige Definitionen gibt es ebenso wenig, wie Einigkeit auf welchen Ebenen das Ganze betrachtet werden soll.

Görke (2007) wählt zur Beschreibung dieses Verhältnisses beispielsweise einen systemtheoretischen Ansatz. Er sieht sowohl Journalismus als auch Unterhaltung als getrennte aber gleichrangige Leistungssysteme im Funktionssystem *Öffentlichkeit*. Journalismus und Unterhaltung werden hier auf der Programmebene unterschieden, in dem Journalismus in den

Ordnungs-, Darstellungs-, Informationssammlungs-, Selektions- und Prüfprogrammen verortet wird und Unterhaltung in den Narrativ- und Präsentationsprogrammen. Er stellt Journalismus und Unterhaltung einander direkt gegenüber und betrachtet sie auf einer Ebene. Dass Journalismus unterhaltende Elemente haben oder Unterhaltung Teil des Journalismus sein könnte, zieht er nicht in Betracht (Görke 2007, S. 106). Lüneborg identifiziert dagegen auch im klassischen Journalismus Unterhaltungselemente und weist auf diverse Arten von Mischformen hin:

Betrachtet man das gesamte Repertoire journalistischer Genres, Inhalte und Angebote, so erweist sich Unterhaltung nicht als ‚verunreinigender‘ Störfaktor im Journalismus, sondern als integraler Bestandteil, der historisch erforderlich war, um Journalismus für ein Massenpublikum attraktiv zu machen. (Lünenborg 2007, S. 82)

Sie sieht die Verschmelzung von Journalismus und Information und die damit in Verbindung stehende Abgrenzung der Unterhaltung als Sicherung von Privilegien des Journalismus gegenüber anderen Bereichen der massenmedialen Kommunikation. Eine trennscharfe Unterscheidung von Journalismus und Unterhaltung lehnt sie jedoch ab. Journalismus liefere mit und durch Unterhaltung vielmehr eine Mischung aus Orientierung, Ablenkung, Analyse und Irritation, die ein Publikum neugierig auf das Tagesgeschehen mache (ebd. 2007).

Einen dritten Ansatz verfolgt Weischenberg (2007), der an den beiden ersten Ansätzen kritisiert, dass sie Journalismus und Unterhaltung auf gleicher Ebene betrachten. Journalismus sei nur anhand von Nachrichtenwerten identifizierbar, die Ausrichtung von Unterhaltung und der Grad der Unterhaltsamkeit seien dem nachgeordnet. Er vertritt die These, dass Journalismus weder Teil noch Gegenteil von Unterhaltung sein könne, da sie sich auf unterschiedlichen Ebenen befänden (ebd., S. 117-118).

Altmeppen (2007) sieht unterschiedliche Orientierungshorizonte bei der Betrachtung von Journalismus und Unterhaltung. Journalismus wird hier als ereignisorientiert beschrieben, der reaktiv handle, d.h. Selektion und Recherche beginnen dann, wenn relevante Ereignisse geschehen sind. Der Input entsteht also auf Basis des Kriteriums der Aktualität. Unterhaltung

wird dagegen als marktorientiert gesehen, da hier die Quote entscheidend sei. Sie wäre somit ergebnis- und nicht erlebnisorientiert. Entsprechend sei auch die Einführung und Einstellung von Formaten vom Markterfolg beziehungsweise -misserfolg abhängig, „dessen Ergebnis die weitere Planung und Ressourcenverteilung steuert.“ (ebd., S. 147). Laut Altmeyen orientiert sich Journalismus an RezipientInnen, Unterhaltung dagegen an KonsumentInnen (Quote = Werbeeinnahmen). Entsprechend werden als AkteurInnen im Journalismus KorrespondentInnen, ReporterInnen und LokaljournalistInnen identifiziert, in der Unterhaltung ProduzentInnen, RegisseurInnen oder AutorInnen, die nicht zwingend etwas mit einem journalistischen Beruf zu tun haben.

Auch Weinacht und Hohlfeld (2007) sehen Journalismus und Unterhaltung nicht als klassische Gegensätze, sondern als unterschiedliche Formen öffentlicher Kommunikation, die sich in ihrer Funktionsweise ähneln aber auch teilweise stark unterscheiden. Vergleichbar werden sie, wenn man sie als zwei Zugänge zur Wirklichkeit betrachtet. Entgrenzung und Selbstthematisierung des Journalismus und die dahingehende Verbindung zur Unterhaltung stehen hier im Fokus. So sind die Autoren der Meinung, dass Entgrenzung auf Makro-, Meso- und Mikroebene betrachtet werden kann. Auf der Mikroebene muss das Individuum in einer sehr komplexen Welt eine Kosten/ Nutzen-Rechnung machen. Zeit ist oft eine knappe Ressource, der/die RezipientIn bemüht sich also Infos in knapper Zeit aufzunehmen. Es gilt, dass Informationen schneller aufgenommen werden können, wenn sie unterhaltsam transportiert werden. Unterhaltsame Elemente können die Rezeptionschancen journalistischer Informationen demnach erhöhen und die Aufmerksamkeit vergrößern. Außerdem kann Unterhaltung Diskussion und Reflexion schaffen – ebenso, wie es auch die Aufgabe des Journalismus ist (ebd., S. 160-164).

Es finden sich viele theoretische Ansätze zu Journalismus und Unterhaltung, die allerdings kaum zufriedenstellende Lösungen für die Problematik der Dichotomie oder die Definitionsproblematik von Unterhaltung bieten. Oft wird auch von

Unterhaltungsjournalismus gesprochen, ohne selbigen auch nur annähernd zu definieren. Journalismus enthält also immer schon unterhaltende Elemente, aber enthält Unterhaltung nun auch journalistische Aspekte? Und wo werden die Grenzen der beiden Bereiche gezogen?

Entgrenzungsphänomene

Wenn Information und Unterhaltung ineinanderfließen, verschwimmen auch die Grenzen von Fiktion und Realität (Bosshart 2007). Hybridformen aus informierenden, kommentierenden und/oder unterhaltenden Elementen sind alltäglich geworden und die sogenannten Entgrenzungsphänomene nehmen immer weiter zu (Pörksen und Scholl 2011). Mit Entgrenzung ist die schrittweise Erweiterung von traditionellen (informativen) journalistischen Formaten gemeint, Investigativ- und Präzisionsjournalismus ebenso wie New Journalism oder Popfeuilleton. Das Konzept des „Boundary work“ geht einher mit der Annahme, dass Felder sich durch bestimmte Charakteristika von benachbarten Feldern abgrenzen, um die eigene Autonomie zu erhalten und zu vergrößern (Gieryn 1983). Diese Grenzen sind oft unklar und verschieben sich, wodurch Konflikte mit benachbarten Professionen entstehen können. Innerhalb des professionellen Journalismus können Public Relations oder Werbung genauso wie Lifestyle-Journalismus oder Unterhaltungsformate als solche benachbarten Professionen angesehen werden (Coddington 2012; Pörksen und Scholl 2011). Bezogen auf Satire bedeutet das Vermischen von Fiktion und Realität, was eine Art Hyperrealität schafft (Berkowitz und Schwartz 2016). Satire reizt so journalistische Normen, indem sie in ähnlicher Weise agiert und sich präsentiert und journalistische Ideologien und Kulturen so vor große Herausforderungen stellt. Sie informiert ihr Publikum und wirkt am meinungsbildenden Prozess mit, teilweise wird SatirikerInnen – wie schon zuvor angesprochen - sogar mehr Vertrauen entgegengebracht als *richtigen* JournalistInnen. Satirebetreibende können frei von ethischen Richtlinien und journalistischen Werten, wie dem Objektivitätsanspruch, das vermitteln, was sie für wichtig halten. Trotz alledem stehen gerade Satire-Nachrichten in einem Abhängigkeitsverhältnis *richtiger* Nachrichten und können ohne traditionellen Journalismus nicht existieren. Diese Hybridisierung kann auf mehreren Ebenen beobachtet werden: Auf einer formalen Ebene werden Formate entdifferenziert und verschmelzen, wie Begriffe des Politainment deutlich machen. Auf einer inhaltlichen Ebene

sind journalistische Berichterstattung und satirische Berichterstattung oftmals nicht klar zu trennen, beziehungsweise können die faktisch richtigen journalistischen Elemente einer Satireproduktion vom Publikum nicht zweifelsfrei als solche identifiziert werden. Schließlich verschmelzen dann unter Umständen nicht-journalistische und journalistische Tätigkeiten (Pörksen und Scholl 2011). Entgrenzungsphänomene treten nun nicht nur vom Journalismus zur Unterhaltung auf, es kommt auch von Seiten der Unterhaltung zum Journalismus zu Verschiebungen. Auch technische Veränderungen führen zu durchlässigeren Grenzen und journalistische Beobachtungsprozesse werden hinsichtlich ihrer Funktionen neu bestimmt. Neue Techniken beeinflussen am Ende auch Inhalte und Themen, indem Emotion über Information gestellt wird. Unterhaltungsformate wiederum bedienen sich vermehrt journalistischer Thematiken und auch formaler Standards des Journalismus. Late Night Shows wie *Harald Schmidt* oder die *heute-Show* nutzen inhaltliche journalistische Produkte zur Unterhaltung und verwenden journalistische Darstellungsformen. Weinacht und Hohlfeld identifizieren fünf Kriterien, an denen die Entgrenzungstendenzen von Journalismus und Unterhaltung festgemacht werden können:

1. Die journalistische Aufbereitung, die sich in Präsentations- und Darstellungsform in professioneller Anmutung äußert,
2. die Möglichkeit der Meinungsbildung,
3. objektive Betroffenheit, also Ereignisse und Themen, die das Leben der RezipientInnen betreffen, wie bspw. Gesetzesänderungen oder Wahlen,
4. Fiktionalität, reale und nicht-reale Sachverhalten werden als potenzielle Wirklichkeit dargestellt,
5. Ereignisinszenierung durch Medien mit dem Ziel der Anschlusskommunikation - Journalismus beobachtet und berichtet darüber, Unterhaltungskommunikation kreiert und inszeniert selbst Ereignisse (2007, S. 165-166).

In Weinacht und Hohlfelds Kategorisierungssystem sind für diese Arbeit die Typen der Unterhaltungselemente im ‚reinen‘ Journalismus, also Glossen oder satirische Kolumne relevant, die journalistische Aufbereitung, eine Meinungsbildungsfunktion und objektive Betroffenheit innehaben sowie die non-fiktionale Journalismus bezogene Unterhaltung (Kabarett, journalistische Parodien), die lediglich Ereignisinszenierung durch Medien für sich beanspruchen können. Die Autoren ziehen für die Entgrenzung von Journalismus und Unterhaltung den Schluss, dass die Entgrenzungsphänomene nicht mediengattungsgebunden sind (Fernsehen allerdings als dominant zu sehen ist), nicht genregebunden sind, bilateral verlaufen (sowohl thematisch als auch formal journalistisch anmuten) und ihre Erwartungssicherheit abgenommen hat und weiter abnehmen wird (Weinacht und Hohlfeld 2007). Nach der Betrachtung von journalistischen Phänomenen soll auch die politische Satire genauer betrachtet werden, um einen Einblick in die theoretische Verortung, die historische Entwicklung und die Möglichkeiten der Darstellung zu erhalten.

(Politische) Satire

Definition und Etymologie

Siapera und Spyridou (2012) stellen eine Diskussion über die Frage nach Online-Journalismus als Profession an und gelangen zu dem Schluss, dass Journalismus historisch als diskursives Feld entstanden ist und sich so die eigenen Prinzipien, Traditionen, Werte etc., geknüpft an die historischen Umstände, entwickelt haben (ebd., S. 80). Eine solche Debatte fehlt im satirischen Forschungsfeld. Zwar gibt es einige Untersuchungen hinsichtlich der Entwicklung von Satire (Brummack 1971; Gaier 1967; Wetzel 2012), allerdings wird Satire nie als Profession geführt oder über die Möglichkeit einer bestehenden Profession diskutiert. Dennoch muss es (berufliche) Bereiche geben, denen man die Satirebetreibenden zuordnen kann. In diesem Fall wird angenommen, dass man sie dem Feld der kulturellen Produktion zuordnet. Dafür soll ein Blick auf die historische Entwicklung der Satire geworfen werden.

Historischer Abriss

Das Wort Satire leitet sich vom lateinischen *satura* (= *Gemengsel*) ab und wird in seiner Herleitung oft auch mit der *lanx satura* genannt, einer *mit allerlei Früchten gefüllten Schüssel*, die den römischen Göttern – in erster Linie Bacchus, dem Gott des Weines – als Opfer dargebracht wurde (Trappen 2006; Behrmann 2002). Sie entstand zwar nicht ausschließlich im alten Rom (vereinzelt gab es auch im antiken Griechenland, Irland oder dem arabischen Raum satirische Dichtungen), dennoch wird der römischen Antike die größte Bedeutung in der Historie der Satire zuteil. Der erste römische Satiriker Gajus Lucilus (180-102 v. Chr.) nannte seine Verse, in denen er „[...] Mißstände des politischen, wirtschaftlichen und literarischen Lebens seiner Zeit [...]“ (Budzinski und Hippen 1996, S. 344) kritisierte, *Saturae*. Als Hauptvertreter und zeitgleich auch Vertreter der beiden Hauptarten der Satire gelten Juvenal und Horaz. Die juvenalische Verssatire wird als attackierend, mahnend bis strafend beschrieben, während Horaz‘ Satire für eine lockere, indirekte Art des Spotts steht,

die trotz allem das Ziel hat, Verbesserungen zu erreichen (Trappen 2006). In Zeiten des frühen Christentums und anschließenden Mittelalters war das Lachen verpönt, erst im 12. Jahrhundert begann man wieder Satire zu betreiben. Bis in die Zeit der Reformation war Satire eine eigene Gattung der Versdichtung. In Deutschland wurde die Verssatire (beispielsweise Sebastian Brants *Narrenschiff*) zu einer literarischen Waffe im Kampf der Reformation. Ab dem 17. Jahrhundert hielt die Satire Einzug in alle Genres – Literatur, Presse und die darstellende Kunst. Die Entwicklung des Kabarett wurde von gesellschaftlichen Entwicklungen begleitet und wurde dadurch geprägt. Inspiriert von den Pariser *Cabarets artistiques* wurde in Deutschland im Jahr 1901 das erste Kabarett, das *Überbrettl* in Berlin gegründet. Lange Zeit stand allerdings die Unterhaltung im Vordergrund. Künstlerisch-literarisches Kabarett, das soziale und politische Satire beinhaltete, gab es in unterschiedlichem Ausmaß mal mehr mal weniger, bis in den 1950er Jahren „[...] das engagierte, politische Kabarett, das seine Aufgabe in der Information und Aufklärung des Publikums sah“ (Behrmann 2002, S. 144), also jene Form, die wir heute kennen, entstand. Im 20. Jahrhundert kam Satire auch in Form von Film (Charles Chaplin, Jacques Tati, *Wir Wunderkinder*, u.a.) und Fernsehen (*Hallo Nachbarn*, *Scheibenwischer*, u.a.) dazu (Budzinski und Hippen 1996; Behrmann 2002)⁴.

Von manchen Forschenden wird das Hofnarrentum im Zuge der Satire genannt. Der Narr stand ursprünglich für das Unvernünftige, für den Unglauben und er hatte die Aufgabe, den König an die Zerbrechlichkeit des Glücks zu erinnern. Der Narr und der König waren Sinnbild der gesellschaftlichen Ordnung beziehungsweise stellten die gegenteiligen Pole der Ordnung dar, was am Kostüm des Narren deutlich wird, trägt doch auch er eine *Krone*. Im 14. und 15. Jahrhundert veränderte sich die Aufgabe des Narren. In Zeiten von Krieg und Krankheit war der Narr nicht mehr nur ein Zeichen der Dummheit und der Sündhaftigkeit,

⁴ Einen ausführlichen historischen Überblick über die Entwicklung von Satire und insbesondere Kabarett bietet Behrmann (2002): Politische Satire im deutschen und französischen Rundfunk. Würzburg: Königshausen & Neumann.

sondern erinnerte an die Sterblichkeit. Doch auch in Zeiten der ständigen Präsenz des Todes trieb der Narr seine Späße, wodurch er der Angst den Wind aus den Segeln nahm. Erst in der Renaissance entstand das Narrentum, dass heute als solches bekannt ist: Der Narr, der bei Hofe die Herrschenden mit Witzen, Gesang und Blödeleien unterhält. Was im 17. Jahrhundert genau zum Untergang des Narrentums führte, ist umstritten. So wird etwa der Einfluss der Mätressen als möglichen Umstand genannt oder das Aufkommen der Schauspielerei, von dem weniger kritische Töne erwartet werden konnten als von den Narren. Denn nur den Hofnarren war es gestattet, den Herrscher (natürlich nur in sehr begrenztem Maß) zu kritisieren. Late Night-Talk Hosts wie Harald Schmidt werden heute noch manchmal mit Hofnarren verglichen (Reichertz 2009; Weinacht und Hohlfeld 2007).

Definitionsannäherung der Satire

Eine feststehende Definition gibt es nicht. Satire wird nicht gesetzlich geregelt und auch Institutionen wie der Presserat haben bislang keine verbindlichen Definitionen dazu verfasst (Wetzel 2012). Um Satire nun annähernd zu definieren, müssen verschiedene Standpunkte berücksichtigt werden. Zum einen müssen der Begriff Humor und die damit einhergehenden Theorien umrissen werden. Zum anderen muss sich mit dem Satirebegriff auseinandergesetzt und ein Blick auf die damit untrennbar verbundenen Begrifflichkeiten der Comedy sowie der Ironie, Parodie und des Witzes geworfen werden.

Satire wird durch drei Merkmale gekennzeichnet: den Angriff, die Indirektheit und durch einen Normen-Bezug. Sie kritisiert und attackiert die Wirklichkeit auf aggressive Weise und versucht so Widersprüchliches oder Mangelhaftes bloßzustellen. Es braucht folglich auch immer ein reales Ziel, ein Opfer des Angriffs. Das können Einzelpersonen sein, genauso wie Institutionen, Zustände oder allgemeine Verhaltensweisen (ebd., S. 279). Allerdings ist nicht das reine Verspotten Ziel der Satire, sondern die Kritik des tatsächlich Wahrnehmbaren, das

Ansprängen von Missständen, die an einem Ideal, an einer Norm gemessen werden, was die Satire von anderen Formen der verbalen Aggressivität unterscheidet. Die angesprochene Kritik wird auf eine ästhetische Weise vermittelt, durch überspitzen, umformen, parodieren, auf Umwegen sozusagen.

Satire agiert indirekt, die Kritik wird durch die Verwendung verschiedenster Stilmittel verschlüsselt und muss letztlich von einem Publikum decodiert werden. Satire würde auf Basis langatmiger Erklärungen und Argumentationen nicht funktionieren. Der Satiriker/ die Satirikerin ästhetisiert seine/ ihre Darstellung durch Stilisierung, Fiktionalisierung oder Symbolisierung, Über- oder Untertreibung oder der überraschenden Verknüpfung von eigentlich unvereinbaren Sachverhalten (Zymner 2017, S. 22). Schlussendlich bezieht sie sich immer auf ein Ideal und Zustände, die sie aufzeigt und anprangert, um die RezipientInnen zu einer Reflexion (und unter Umständen einer Veränderung) anzuregen. So ist Satire laut Brummack „[...] ästhetisch sozialisierte Aggression“ (1971, S. 282).

Satire leistet so einen Beitrag zur Kritikfunktion, sowohl gesamtgesellschaftlich, als auch medienbezogen. Im Bereich des politischen Humors finden sich Nachrichtensatire, Satire-Magazine, das Kabarett und Karikaturen (Kleinen-von Königslöw 2014). Satire zeigt *aus einem moralischen Anspruch heraus* politische und soziale Missstände auf. Hierfür werden Mittel des Komischen sowie Übertreibungen genutzt, um die Verwerflichkeit zu verdeutlichen, in der Hoffnung, eine Änderung der *falschen* Zustände herbeizuführen. Ironie, Parodie und Sarkasmus sind Werkzeuge der Satire (Budzinski und Hippen 1996). Durch bewusstes Provozieren, der Überschreitung von Grenzen und dem Brechen von Tabus schafft Satire Aufmerksamkeit und demaskiert moralisch verwerfliches oder törichtes Verhalten der Menschen (Knieper 2002). Sie ist gekennzeichnet durch Aggressivität, eine mahnende Intention und eine verzerrte Darstellungsform und muss sich überdies mit aktuellen Sachverhalten auseinandersetzen, um „ihrer umwälzerischen Funktion nachzukommen“ (Knop 2015, S. 79). Ein weiteres bedeutendes Merkmal der Satire ist das unbedingte

Vorhandensein von Vorwissen. Die Satire lebt davon auf bereits geschehenen Ereignissen aufzubauen und diese neu zu präsentieren und zu interpretieren. Satirische Formate werden deswegen auch als „Zweitverwertung des Journalismus“ bezeichnet (Gäbler 2016, S. 79). Ohne den gesellschaftlichen Kontext zu kennen, ist es den RezipientInnen nicht möglich die satirischen Beiträge zu dekonstruieren und die Kritik hinter dem Witz zu verstehen.

Der Vollständigkeit halber soll ein Blick auf die Satire- und Humorthorien geworfen werden, auch, um die Funktionen der Satire besser verstehen zu können.

Satire- und Humorthorien

AutorInnen, die sich mit Humor, Satire und Komik beschäftigen, weisen zu Beginn einer theoretischen Abhandlung darauf hin, dass es sich um ein vielfältiges Phänomen handelt, dass in seiner Gänze kaum zu erfassen ist (Knop 2015, S. 45). Für Lynch, der sich mit Humor in der Kommunikationswissenschaft beschäftigt, steht fest: „[...] humor and laughing are essential parts of what it is to be a human.“ (2002, S. 423). Er teilt die vorhandene Literatur zu Humor in eine psychologische Ansätze verfolgende individuelle Kategorie, geleitet von der Frage warum Individuen Humor benutzen, und eine zweite gesellschaftliche Kategorie, die sich mit der Funktion des Humors in der Gesellschaft allgemein beschäftigt. Aus der individuellen Kategorie gehen die drei Haupttheorien hervor, die in der Humorforschung angewandt werden: die *incongruity-theories*, die *relief-* oder *tension-management-theories* und die *superiority-theories*.

Die *superiority-theory* ist auf dem Kontrast von Über- und Unterlegenheit begründet, die Komik entsteht hier durch das Ausnutzen und Sichtbarmachen der Schwächen anderer, um so die eigene Überlegenheit hervorzuheben. Ein Individuum kann so auf sein abweichendes Verhalten von der Gruppennorm aufmerksam gemacht werden und erhält durch das Ausgrenzen in Form des (Aus-)Lachens die Chance das Fehlverhalten zu erkennen und zu

korrigieren. Der Humor wird „als ein Instrument moralischer Kommunikation“ (Räwel 2005, S. 12) gesehen und kann entweder als ein Kontrollmechanismus oder als eine Form des Widerstandes gesehen werden. Humor kann hier einen aggressiven Charakter haben. Vereinfacht gesagt gilt „Schadenfreude ist die größte Freude“ (Knop 2015, S. 46). In der *relief-theory* geht man davon aus, dass durch den Einsatz von Humor gesellschaftliche Konventionen, die für Spannungen sorgen, abgebaut werden können, das Lachen also erleichternd oder befreiend wirken kann. Das Lachen dient als eine Art Ventilfunktion. Humor kann außerdem physischen und emotionalen Stress reduzieren, frei nach dem Motto *Lachen ist die beste Medizin*. Der am häufigsten herangezogene Ansatz, um Humor theoretisch zu beschreiben, ist der der *incongruity-theory*. Die zu den kognitiven Theorien zählende Ansicht besagt, dass Humor auf einen Erwartungsbruch durch das nicht-erfüllen vorhandener Strukturen, oft einen Bruch mit gesellschaftlichen Normen, abzielt und durch Überraschung oder eine innovative Verknüpfung einen Widerspruch entstehen lässt, der lachen auslöst (Porzelt 2015; Räwel 2005). Denn etwas, das widersinnig, unlogisch, paradox oder irrational ist, kann lustig sein. Laut Lynch steht hinter der Inkongruenz-Theorie mehr als das bloße Gefühl der Überlegenheit oder Spannung, nämlich der psychische Wunsch nach der Übereinstimmung von „internal frames and external environment“ (Lynch 2002, S. 428). Folglich ist Humor eine Reaktion auf eine Unklarheit des Umfeldes. Keine der genannten Theorien kann für sich allein genommen die Motivation hinter der Verwendung von Humor erklären. Die Theorien können sich allerdings überschneiden.

Humor wird in der Literatur außerdem als individuelle Form der Informationsverarbeitung verstanden. Situationen werden als lustig oder humorvoll wahrgenommen, das Lachen ist die Reaktion darauf. Die Wahrnehmung von Humor ist immer etwas Subjektives und abhängig von kulturellen Normen und Werten. Nicht jede/r kann über alles lachen, Humor kann situationsbedingt auftreten oder abhängig von Ort oder Alter sein. Humor kann sowohl zur Vermittlung von lustigen wie ernsten Themen verwendet werden.

Sogenannter *Galgenhumor* fällt in letztere Kategorie (Räwel 2005). Humor wird allgemein als Instrument zur Dekonstruktion der Gesellschaft beschrieben, der, wenn es um Kritik geht, oft in Zusammenhang mit Satire steht (Dias da Silva und Garcia 2012). Kleinen-von Königslöw unterscheidet sechs Typen des politischen Humors (Abb. 4): den kritischen Humor (hier sind die satirischen Formate zu verorten), Humor für alle, Humor-Geschichten, menscheleiden Humor, Guerilla Humor und Humor unter Freunden. Sie definiert politischen Humor „[...] als jede verbale und/oder visuelle Kommunikation über politische Institutionen, Akteure und/oder Themen, die seitens der Kommunikatoren mit der Intention zu amüsieren verknüpft ist.“ (Kleinen-von Königslöw 2014, S. 165). Bei medialen Angeboten wie Satire-Sendungen oder YouTube-Videos sieht Kleinen-von Königslöw als vorrangiges Motiv, neben wirtschaftlichen, politischen oder sozialen Interessen, die Unterhaltung. Bei Individuen sieht sie auch andere Motive: JournalistInnen wollen beispielsweise politische AkteurInnen kritisieren, Menschen in sozialen Netzwerken oft als geistreich gelten und PolitikerInnen unter Umständen politische GegnerInnen diskreditieren. Doch auch hier sieht sie das übergeordnete Ziel im Unterhalten und dem Erzeugen von Lachen (ebd.).

Zentrale Merkmale der Formen des politischen Humors in medialer Unterhaltung

	Kritischer politischer Humor	Politischer Humor für alle	Politische Humor-Geschichten	Menscheleiden politischer Humor	Guerilla-Humor	Politischer Humor unter Freunden
Kommunikatoren	Autoren Moderatoren Journalisten	Autoren Moderatoren	Autoren	Politische Akteure (Zentrum)	Politische Akteure (Zentrum + Peripherie)	Bürger
Medienformate	Nachrichtensatire Satire-Magazine Kabarett Karikaturen	Unterhaltungsshow Personality-Shows Talkshows Witz-Seiten	Buch Film Fernsehserie	Unterhaltungsshow Personality-Shows Talkshows Interviews	Kollagen Videos Tweets/Posts	E-Mail Soziale Netzwerke Video-Sharing-Plattformen
Inhalte						
Humorform	Satire, aggressiv	Konsensfähig	Vielfältig	Selbstironisch	Parodie, absurd	Vielfältig
Themen	Aktuell, zum Teil Nischenthemen, kontrovers Vorwiegend Zentrum	Aktuell, nicht kontrovers	Eher zeitlos, auch kontrovers	Aktuell, nicht kontrovers	Aktuell (auch zeitversetzt), kontrovers	Vorwiegend aktuell, auch zeitversetzt, eher nicht kontrovers
Objekte			Vielfältig	Zentrum	Eher Zentrum	Eher Zentrum
Detailltiefe		Nur Zentrum oberflächlich	oberflächlich bis tief	Niedrig	Je nach Format	je nach Format
Publikum	Elite	Mainstream	Mainstream	Mainstream	Nische-Mainstream	Netzwerk
Funktionen						
Information	Hoch	Gering	Gering-mittel	Hoch	Je nach Format	Gering-mittel
Kritik	Hoch	Gering	Mittel-hoch	Gering	Je nach Format	Mittel-hoch
Integration	Gering	Hoch	Mittel	Gering-mittel	Hoch	Hoch

Abb. 4: Zentrale Merkmale der Formen des politischen Humors in medialer Unterstützung (Kleinen-von Königslöw 2014, S. 182)

Politischer Humor wird in der Forschung von verschiedensten Seiten beleuchtet. Beispielsweise werden der Effekt humoristischer Darstellungen auf politisches Wissen, Auswirkungen auf politische Ereignisse und die Politik allgemein, Verbreitung und Umgang politischen Humors innerhalb verschiedener Regierungsformen untersucht (Baym 2007; Beavers 2011; Hardy et al. 2014). Nieland/Kamps unterscheiden *Unterhaltende Politik* und *Politische Unterhaltung* (Nieland und Kamps 2004). Unterhaltende Politik wird von den politischen AkteurInnen betrieben, während politische Unterhaltung von den Medien selbst ausgeht. Formattechnisch wird hier nicht weiter unterschieden, von Kabarett bis Spielfilm fällt alles unter politische Unterhaltung.

Die Funktionen von Humor lassen sich unterteilen in die gemeinschaftsbildende Funktion, die sich wiederum unterteilen lässt in die Funktionspaare *differentiation* und *identification*, sowie *control* und *resistance*. Humor wird in Gruppen eingesetzt, um sich abzugrenzen und so die eigene Identifikation zu stärken. *Control* und *resistance* meint das Einsetzen von Humor zur Kontrolle über bestimmte Mitglieder der Gruppe, indem Normen und Werte entweder durch humoristische Äußerungen gefestigt (*control*) oder Widerstand dagegen geleistet wird (*resistance*) (Lynch 2002). Übertragen auf politischen Humor wird die Integrationsfunktion als am wichtigsten für die politische Öffentlichkeit angesehen, ebenso die Kritikfunktion (Kleinen-von KönigsLöw 2014). Knop (2015) benennt sechs Funktionen von Humor: Die aggressive Funktion, die als Ersatz für physische oder verbale Übergriffe genutzt wird und Situationen entschärfen kann, aber auch ein (unter Umständen negatives) Überlegenheitsgefühl entstehen lassen kann. Eine sexuelle Funktion – Sexualität kann so thematisiert werden oder tabuisierte Themen werden aufgegriffen und auf humoristische Art behandelt. Eine Erhöhung des sozialen Status und der Akzeptanz oder eine Verstärkung der Normbindungen können durch die soziale Funktion genauso erreicht werden, wie ein Zusammengehörigkeitsgefühl oder gegenteilig eine Abgrenzung. Durch die Anstrengung der Entschlüsselung von Humor kann der Perspektivenwechsel und die Problemlösungsprozesse

geschult werden (intellektuelle Funktion). Die Coping- beziehungsweise Abwehrfunktion erlaubt emotionales und kognitives Distanzieren von stressauslösenden Situationen. Die Funktion der Freude meint das Erleben von Spaß (Knop 2015, S. 62–66).

Mit dieser kurzen Darstellung kann natürlich kein Anspruch auf einen vollständigen Überblick über die vorhandene theoretische Literatur erhoben werden. Da die Humortheorien jedoch nicht von Relevanz für die Arbeit sind, soll das an dieser Stelle genügen.

Funktionen der Satire und ihre Mittel

Spaß hat *eine* Funktion, und zu fordern, Spaß solle den Menschen aufrütteln und kritischer machen, gleicht dem Begehren, in einer Metzgerei sollten in Zukunft nur noch die Backwaren verkauft werden. (Reichert 2009, S. 288)

Anders als Reichert das beschreibt, wird Satire die Aufgabe zugeschrieben das Kritikwürdige, das Verabscheuenswerte aufzuzeigen und auf moralisch verwerfliche Personen oder Zustände aufmerksam zu machen. Allerdings nur in indirekter Form, um Belehrendes zu vermeiden. Satire ist also mit Moral verbunden, versucht aber durch das in der Schwebe lassen und nur indirekt Ansprechen, eine Gültigkeit zu beanspruchen und die Kritik ohne Möglichkeit der Gegenkritik zu äußern (Räwel 2005, S. 106). Rekapituliert man die humortheorietischen Überlegungen, die Merkmale der Unterhaltung im journalistischen Kontext und die historischen satirischen Entwicklungen, so ergeben sich folgende Funktionen, die der Satire zugeordnet werden können:

1. Meinungsbildungsfunktion
2. Kritik- und Kontrollfunktion
3. Unterhaltungsfunktion
4. Bildende Funktion

Die Funktionen können nicht abgegrenzt werden, sie fließen ineinander. Dies liegt vor allem auch daran, dass auch die der Satire zur Verfügung stehenden Mittel nicht eindeutig einem Bereich zugeordnet werden können.

Die Mittel von Humor und Satire sind vielfältig. Bei der Ironie handelt es sich um eine rhetorische Figur, die das Gegenteil des Gesagten ausdrückt, was durch die verwendete Sprachmelodie oder allgemein durch den Kontext deutlich wird. So können auf indirekte Weise Informationen vermittelt werden. Bei Ironie handelt es sich um eine selbstreferentielle, bei Sarkasmus um eine fremdreferentielle Form der Reflexion und das bevorzugte Mittel für humoristische oder kritische Kommunikationsformen. Eindeutig differenzieren lassen sich die beiden Begriffe allerdings nur sehr schwer. Während Ironie und Sarkasmus als Mittel der Satire gelten, gilt Zynismus eher als fragwürdig, weil er an den Grenzen der Moral operiert. Eine weitere Form und darüber hinaus eine der ältesten Formen humoristischer Darstellungen ist die Parodie. Eine Parodie kommt nicht ohne eine Vorlage aus, da sie ein Original imitiert und verzerrt darstellt, um es der Lächerlichkeit und Kritik preiszugeben. Parodiert werden können sowohl Personen wie auch Textformen oder bildnerische Darstellungen.

Der Witz ist die wohl bekannteste Humorform. Weitgehend kontextunabhängig geht es beim Witz um das Aufbauen einer Erwartungshaltung, die dann durch eine überraschende Pointe gebrochen wird. Oftmals werden Stereotype, konventionelle Worte oder Wortbedeutungen verwendet. Ein weiteres Kennzeichen des Witzes ist seine Kürze. Schließlich und letztendlich spielt auch der Nonsense bei der Betrachtung von Humor und Satire eine Rolle. Die Entstehung des Nonsense wird mit zwei Autoren des 19. Jahrhunderts in Verbindung gebracht, mit Edward Lear (*The Owl and the Pussy-cat*) und Lewis Carroll (*Alice's Adventures in Wonderland*). Beim Nonsense geht es um die originelle, oft unkonventionelle Verbindung von Information und Mitteilung. Im Gegensatz zur Satire wird dem Nonsense jeglicher Versuch einer Kritik oder ein verfolgter Zweck abgesprochen und ist daher bei der Satire eher unüblich (Räwel 2005).

Verschiedene Darstellungsformen politischer Satire

Kabarett

Das ist ein sehr ernsthaftes Geschäft, auch da, wo es sich den Anschein gelassener Heiterkeit gibt; und auch dann, wenn wir durch die Verwendung komischer Darstellungsmittel zum Lachen oder Lächeln gereizt werden. [...] (Lazarowicz 1963, 315-316)

Kabarett ist eine Ausdrucksform der Satire. Der Charakter des Kabarett hat sich im Laufe der Jahre verändert. Spielten KabarettistInnen früher auf kleinen Bühnen vor einer überschaubaren Anzahl an Publikum, so sind heute unter Umständen FernsehzuseherInnen die AdressatInnen des Kabarettprogramms. Laut Reinhard (2006) beeinflusst das die Beziehung zwischen dem Kabarettisten/ der Kabarettistin und seinem/ihrem Publikum. Kabarett lebt von Improvisation und Interaktivität mit dem Publikum. KabarettistInnen müssten sich daher bewusst machen, dass sie ihr Programm gegebenenfalls an zwei unterschiedliche Publika richten – das sogenannte „Präsenz-Publikum, mit dem die unmittelbare Interaktion stattfinden kann, welches dem Kabarettisten ein Feedback geben kann.“ (Reinhard 2006, S. 116), sowie das sogenannte *Bildschirmpublikum* vor dem Fernseher zuhause (ebd.).

Im Gegensatz zur Comedy die, laut Reinhard lediglich sinnfreie, pure Komik sei ohne belehrend oder mahnend zu sein, wolle Kabarett aufklären, meinungsbildend wirken, eine politische Kontrollfunktion ausüben (ebd., S. 156). Auch hinsichtlich der Grenzen der humoristischen Darstellung nennt Reinhard prägnante Unterschiede: „[...] der Kabarettist begeht den Tabubruch gegenüber den Großen und Mächtigen und assoziiert sich mit seinem Publikum, während der Comedian sich gegen ganz alltägliche Erscheinungen und per Stereotypenbildung auch gegen sein eigenes Publikum stellt, [...]“ (ebd., S. 196). Ziel des Kabarett ist es, die ZuseherInnen durch eine unerwartete Pointe zum Nachdenken anzuregen (Budzinski und Hippen 1996, S. 165).

Karikatur

Die Karikatur oder auch Cartoon genannt, zeichnet sich durch einen politischen Bezug aus. Karikaturen können sich tagespolitischen Geschehnissen, aber auch gesellschaftlichen Problemen und Eigenheiten widmen. Sie erscheinen in den meisten gedruckten Tageszeitungen täglich, sind aber auch oft Teil von politischen Wochenmagazinen. In Österreich arbeiten die meisten Tageszeitungen mit einem oder zwei festen KarikaturistInnen, in Deutschland kann darüber pauschal keine Aussage getroffen werden – manche Zeitungen beschäftigen nur eine/n KarikaturistIn, manche arbeiten gänzlich mit verschiedenen freien ZeichnerInnen zusammen. Über die Berufsbezeichnung herrscht ebenfalls keine einheitliche Meinung – die Begriffe CartoonistInnen, KarikaturistInnen und ZeichnerInnen sind allerdings die am häufigsten gebrauchten.

Text-Satire

Die hier als *Text-Satire* bezeichnete Form ist teilweise nur schwer vom Journalismus zu trennen, da es auch eine *journalistische Satire* (Degen 2004) gibt. Hierunter fallen zum Beispiel Glossen. Unter Text-Satire werden in dieser Arbeit jegliche Formen der Satire zusammengefasst, die in geschriebener Form veröffentlicht werden. Darunter fallen sowohl Print-Produkte wie beispielsweise die Montagszeitungen *Eulenspiegel* und *Titanic*, aber auch satirisch gestaltete Zeitungsseiten und Online-Plattformen wie der *Postillon* oder die *Tagespresse*. Neben Online-Plattformen, die redaktionell arbeiten, gibt es mittlerweile auch zahlreiche Seiten, die in Form von Blogs betrieben werden und meist nur einen, maximal zwei AutorInnen und gleichzeitig aufweisen, die meist auch zugleich EigentümerInnen sind. Diese finden in der Arbeit keine Berücksichtigung.

TV-Satire-Sendungen

In Deutschland gibt es eine beträchtliche Anzahl von Satire-Sendungen, die sich in ihrer Art unterscheiden. Zum einen gibt es Sendungen, die politischen AkteurInnen, ihren Handlungen oder der politischen Berichterstattung viel Raum geben, indem sie Nachrichten parodieren und/ oder aktuelle politische Themen aufgreifen und satirisch aufarbeiten. Hierzu zählen beispielsweise die *heute-Show*, *Die Anstalt*, *Extra3* oder auch die *Mitternachtsspitzen*. Es gibt auch einige Late-Night-Talk-Shows, ähnlich den Late-Night-Shows in den USA, wie beispielsweise das *NEO Magazin Royal* oder *Late Night Berlin*. Der Anteil an politischen Aspekten fällt hier geringer aus als bei den erstgenannten. Außerdem gibt es verschiedene Formate die KabarettistInnen und KleinkünstlerInnen als Gäste einladen und ihnen in Form von kurzen Auftritten eine Bühne bieten wollen. Hierzu zählt beispielsweise der *Satire-Gipfel*. In Österreich gibt es dagegen nur wenige solcher Sendung, was darauf zurückzuführen ist, dass der Medienmarkt wesentlich kleiner ist. Die Funktionsweisen gleichen denen der deutschen Sendungen.

Forschungsstand

Nach Abstecken des journalistischen Rahmens soll der Forschungsstand mit Fokus auf Satire im journalistischen Feld erläutert werden. Im Mittelpunkt wissenschaftlicher Forschung, die sich mit Humor als solchem beschäftigen, stehen Nachrichtensatiren, Satire-Magazine, online-only Satireangebote, politisches Kabarett in Fernsehen und Radio sowie politischen Karikaturen (Kleinen-von Königslöw 2014). Der Fokus liegt meist auf der Wirkung des Humors beim Publikum oder inhaltlichen Untersuchungen viel gesehener Formate, um anschließend den Politikgehalt des jeweiligen Formates inhaltsanalytisch bestimmen zu können. Hauptuntersuchungsgegenstand sind in erster Linie Fernseh-Formate, nicht zuletzt vermutlich deshalb, weil sie sich momentan größter Beliebtheit erfreuen und der vermutete Einfluss auf ein Publikum durch eine sehr hohe Reichweite am größten ist. Auch die Forschungsfelder allgemein sind breit gestreut. Sowohl im Bereich der politischen Kommunikation wie auch der Psychologie oder der Cultural Studies ist Humor Thema.

Kleinen-von Königslöw (2014) versucht deshalb die „empirische Forschung zu Erscheinungsformen des politischen *Humors* in medialen *Unterhaltungsformaten* über alle *Mediengattungen* hinweg zu systematisieren“ (ebd., S. 169) und so einen Überblick über das Gesamtphänomen des politischen Humors schaffen zu können. Auf der Basis einer Zeitschriftenrecherche fasst sie alle Formen des Humors zusammen und typologisiert sie nach Merkmalen wie KommunikatorInnen, Medienformaten, Humorformen, Themen, Informationen, Zielgruppen, sowie dem Beitrag zur Öffentlichkeitsfunktion bei. Die politischen Humorformen weisen dabei politische, wirtschaftliche und unterhaltende Motive in unterschiedlicher Ausprägung auf. Sie kritisiert einen möglichen Zusammenhang zwischen der Rezeption humoristischer Formate und Politikverdrossenheit beziehungsweise politischem Zynismus, aufgrund des oft aggressiven und sehr negativen Humors. Überdies gibt sie zu bedenken, dass der politische Humor eher eine ausgrenzende als eine integrierende

Wirkung habe und sich die Formate lediglich an eine politisch interessierte, elitäre Minderheit richten (Kleinen-von Königslöw, 2014, S. 172).

Zahlreiche Studien beschäftigen sich mit satirischen Formaten, naheliegender Weise meist im US-amerikanischen Raum, mit der wohl bekanntesten Late-Night-Show *The Daily Show*. In „[...] der deutschsprachigen politischen Kommunikationsforschung scheinen jedoch deutliche Vorbehalte gegenüber diesen Formen der Mischung von Politik und Unterhaltung zu bestehen.“ (Kleinen-von Königslöw, 2013, S. 43), weswegen der Forschungsstand hier wesentlich kleiner ausfällt – speziell, wenn man sich zusätzlich auf deutschsprachige Formate beschränkt. Nach einer von Kleinen-von Königslöw entworfenen Analysematrix kann ein Format hinsichtlich der Bedeutung des Medienangebots für die politische Kommunikationsforschung nur eingeschätzt werden, wenn die Ebenen Produktion, Inhalt, Rezeption und Wirkung betrachtet werden (Kleinen-von Königslöw, 2013, S. 36f). Die letzten drei Ebenen wurden bereits ausgiebig erforscht, wahlweise in Form von inhaltsanalytischen Untersuchungen einzelner Formate, groß angelegter Befragungen zur Einschätzung der ZuseherInnen oder auch Experimenten zur Lernfähigkeit durch das Sehen politisch-satirischer Sendungen (Brewer und Marquardt 2007; Feldman 2013; Kilby 2018).

Die Frage nach dem Verhältnis von Satire und Journalismus ist in fast jeder Studie vertreten. *The Daily Show* wird als eine alternative Form des Journalismus angesehen, die zur Bildung über Journalismus beitragen soll und mehrere Funktionen erfüllt: Sie dient als Nachrichtenersatz, sorgt für ein Interesse an Medienkritik und der Förderung von Medienkompetenz (Peters, 2013; Painter und Hodges 2010) „*TDS treats it's audience as a constituency which should be aware that, something is rotten in the state of journalism*“ and instructs them accordingly.“ (Peters, 2013, S. 174) Somit ist *The Daily Show* mehr als nur eine journalistische Ausprägung, sie kann ein pädagogisches Hilfsmittel sein und politische Sachverhalte verständlich erläutern (Beavers, 2011; Peters, 2013). Late-Night-Shows haben Auswirkungen auf die politische Einstellung, das politische Wissen und folglich das Verhalten

und können beispielsweise während eines Wahlkampfes die Wahrnehmung der ZuseherInnen auf die zur Wahl stehenden KandidatInnen beeinflussen (Feldman und Young 2008). Dass die Late-Night-Shows die traditionellen Nachrichten ersetzen, ist laut den bisher durchgeführten Untersuchungen jedoch eher Mythos als Realität, da die RezipientInnen beide Medientypen nutzen, um ein besseres Politikverständnis zu erhalten (Feldman und Young 2008; Hmielowski et al. 2011). Durch das Sehen von satirischen Shows wird Wissen allerdings laut Feldman hauptsächlich dann gewonnen, wenn diese als Nachrichten oder Mix aus Nachrichten und Unterhaltung wahrgenommen werden, nicht jedoch als reine Unterhaltung (Feldman 2013, S. 602). Wird diese Mischung jedoch berücksichtigt, dann verhält sich politische Comedy wie ein Tor hin zur zusätzlichen Nutzung von Nachrichten. Tendenziell zeigte sich beispielsweise, dass der Einfluss von *The Colbert Report* größer ist als der anderer Nachrichtenmedien und Colbert es erfolgreich schafft, ein sehr komplexes politisches Thema in einem wesentlich größeren Ausmaß anzupacken als es andere Nachrichtenquellen vermögen (Hardy et al. 2014). Wie das Publikum sich an Programmen wie der *The Daily Show* genau orientiert, ist Teil einer großen Diskussion um die Auflösung der Grenzen zwischen Nachrichten und Unterhaltung, auf die bislang noch keine zufriedenstellende Antwort gefunden werden konnte (Feldman 2013).

Angenommen wird, dass junge Menschen suchen nach einer anderen Art der Nachrichtenbeschaffung als den üblichen 20-Uhr Nachrichten suchen. Hier geht es nicht nur um Politikverdrossenheit, sondern auch um ein mangelndes Vertrauen in traditionelle Medien. *The Daily Show* wirkt wie eine neue Form des kritischen Journalismus, der satirische Mittel nutzt, um Fragen zu stellen, Kritik zu äußern und so Demokratie zu leben. Durch die Titulierung *Fake-News* müssen keine journalistischen Standards berücksichtigt werden und ModeratorInnen können Dinge sagen, die JournalistInnen in dieser Form nicht weitergeben können. Dies sollte als Warnhinweis für alle Medienschaffenden aufgefasst werden und diese zum Nach- und Umdenken anregen, welche das Phänomen jedoch lange Zeit ignorierten. Die

aufstrebende Aufmerksamkeit, auch von Seiten der JournalistInnen, wird als Chance gesehen, das Terrain rund um Nachrichtenparodien und ihre Auswirkungen auf den Journalismus zu betrachten und die historisch konstruierten Definitionen, was Journalismus zu sein habe, neu auszuhandeln (Feldman 2007). Fehlende Regelungen und Diskussionen rund um die Verflechtungen von Journalismus und Satire werden beispielsweise von der australischen Polit-Satire *The Chaser's War on Everything* genutzt, deren Intention es ist „to work in opposition to the highly formulaic, very structured world of contemporary politics.“ (Harrington, 2012: 12). Durch spontane Interviews, ähnlich wie sie auch die AußenreporterInnen der *heute-Show* machen, versuchen sie die *wirkliche* Person hinter den interviewten Prominenten zu entdecken und bringen so *Chaos* wo Kontrolle das größtmögliche Ziel ist. Dieser durchaus positive Effekt führt dazu, dass sie mehr aufklären, als der nüchterne politische Journalismus das vermag (ebd., S. 18). Harrington sieht *The Chaser* als eine neue aufstrebende Form des Journalismus. Dieser dient lediglich als Beispiel für die vielen anderen zeitgenössischen politischen Kommunikationspraktiken, welche nicht in die traditionellen journalistischen Modelle passen wollen (ebd., S. 22).

Status Quo in Deutschland und Österreich

Wie bereits erwähnt, wurden Satireformate im deutschsprachigen Raum bislang eher stiefmütterlich behandelt. Man sollte allerdings anmerken, dass *The Daily Show* bereits seit 1998 ausgestrahlt wird, vergleichbare Sendungen wie die *heute-show* erst seit 2009. Es beschäftigen sich im deutschsprachigen Raum zwar viele Masterarbeiten mit den Themen Satire, Kabarett und Politainment, aber leider fanden bisher nur sehr wenige Studien den Weg in die Forschung (Kleinen-von Königslöw und Keel 2012). Detailliert untersucht wurden bislang die *heute-show* sowie die *Harald Schmidt Show* hinsichtlich inhaltlicher Merkmale, die dann mit *The Daily Show* beziehungsweise der *Tagesschau* verglichen wurden. Dabei

wurde beispielsweise nur ein allgemeines Bewusstsein für die *heute-show* und ihr politisches Potenzial bezüglich PolitikerInnen, Medienkritik und dem Einfluss auf Teile der Bevölkerung festgestellt. Ob sich das in wirklichen Einfluss wandeln könne, sei stark vom Team der *heute-show* und ihrer Bereitschaft sich ein klareres politisches Profil zu schaffen abhängig. Ohne eine eindeutige Positionierung fehlt der *heute-Show* die Ernsthaftigkeit und der Einfluss den *The Daily Show* hat (ebd., S. 78). Ziel des Vergleichs von *Harald Schmidt* und der *Tagesschau* war die Charakterisierung der Politikdarstellung von Sendungen, deren Fokus nicht auf der Weitergabe politischer Informationen liegt. Der Politikgehalt war nicht nur in der traditionellen Nachrichtensendung erwartungsgemäß wesentlich höher, auch amerikanische Late-Night-Shows weisen dahingehend mehr politische Beiträge auf als *Harald Schmidt*. Auch die Darstellung selbst unterschied sich, da bei der satirischen Sendung politische AkteurInnen im Vordergrund standen und meist politikferne Aspekte Basis der humoristischen Anekdoten waren. Die Show bietet zwar keine Politikvermittlung im informierenden Sinn, kann die ZuseherInnen aber immerhin mit politischen AkteurInnen und Themen vertraut machen (Nitsch und Lichtenstein 2013).

Da Late-Night-Shows in Deutschland nur punktuell betrachtet werden und Analysen österreichischer Formate völlig fehlen, führte Kleinen-von Königslöw (2013) eine inhaltsanalytische Untersuchung von *Willkommen Österreich* durch. Die Inhaltsanalyse ergab einen intensiven Politikbezug der Sendung. Nichtsdestotrotz wird Late-Night-Satire im deutschsprachigen Raum nur als Ergänzung zu herkömmlichen politischen Sendungen gesehen. Durch das Auslösen von öffentlichen Kontroversen sei *Willkommen Österreich* in den klassischen Informationsmedien vertreten und spiele so trotzdem eine spannende Rolle in der politischen Öffentlichkeit Österreichs. Wie in vielen anderen Studien betrachtet Kleinen-von Königslöw lediglich die inhaltliche Ebene und spekuliert über mögliche Wirkungen. Zwar betont sie in ihrer Erläuterung der Analysematrix die vier Ebenen Produktion, Inhalt, Rezeption und Wirkung, die es bei der Einschätzung eines Beitrages zu berücksichtigen gelte,

lässt jedoch die Produktionsebene in ihrer Studie gänzlich außen vor (Kleinen-von Königslöw, 2013).

Eine vergleichende Analyse der Satire-Formate *heute-show*, *Die Anstalt* und *Extra3* ergab, dass sich alle drei Sendungen auf SpitzenpolitikerInnen konzentrieren. Journalistische Standards wie recherchieren und Fakten überprüfen seien fester Bestandteil der Sendungen, ebenso wie eine Absicherung über die Richtigkeit der Informationen vor der Sendungsausstrahlung. Auch Nachrichtenwerte wie Neuigkeit und Relevanz wurden als bedeutsam identifiziert. Trotz allem geht der Journalismus der Satire voraus, weswegen Satire den Journalismus zwar ergänzen und herausfordern, nicht jedoch ersetzen kann (Gäbler 2016).

Einen tatsächlichen journalistischen Ansatz wählt Peter (2015), die Satire als prädestiniert ansieht, um journalistische Aufgaben zu übernehmen. Fokussiert werden, in der komparativ (Deutschland, Österreich und Schweiz) angelegten Studie, Interviews mit PolitikerInnen und die unterschiedlichen Zugängen von KabarettistInnen und JournalistInnen. Nach der Befragung von Satire- und Journalismusbetreibenden zeigt sich, dass beide Gruppen nicht nur einen weitgehend gleichen Anspruch an die Interviews selbst haben, bei beide war auch ein aufklärerische Gedanke ausschlaggebend für die Berufswahl. Weitere Übereinstimmungen finden sich bei den Zielen der Arbeit. Beide interviewten Gruppen sind um eine Sicherstellung von Meinungsbildungsprozessen bemüht, streben durch ihre Arbeit die Erhaltung und Verbesserung der Demokratie an und möchten ein fundiertes Wahlverhalten der BürgerInnen ermöglichen (ebd., S. 336). Allerdings muss berücksichtigt werden, dass lediglich drei Kabarettisten interviewt wurden und so nur sehr grobe Meinungstendenzen aufgezeigt werden können.

International angelegte Studien gibt es bisher wenige, unter anderem von Knieper (2002), der eine weltweite quantitative Befragung von KarikaturistInnen zu ihrer Selbstwahrnehmung durchführte. Er definiert die Karikatur als visuellen „[...] Kommentar und damit [als] eine journalistische Darstellungsform“ (2002, S. 65), die Sinnzusammenhänge

aufzeigt und Widersprüche aufdeckt und ordnet sie definitorisch dem Journalismus zu. Das Ziel der Studie war es herauszufinden, ob die BerufspraktikerInnen bei Karikaturen die gleichen Merkmale als relevant erachten, welchen Zugang sie zu ihrer Arbeit haben und ob sie sich als KünstlerInnen oder JournalistInnen wahrnehmen. Erstaunlicherweise sehen sich amerikanische KariaturistInnen eher als JournalistInnen, deutsche KarikaturistInnen dagegen eher als KünstlerInnen. Beschränkt werden die Befragten in ihrer Arbeit durch Tabubereiche wie Glaube und Religion, persönliches Leid oder Sexualität. Davon abgesehen könne sie weitgehend unbeschränkt arbeiten. Primär möchten sie politische und gesellschaftliche Ereignisse kommentieren und politische AkteurInnen in ihrer öffentlichen Rolle bewerten.

Allen wissenschaftlichen Studien zu Wirkung und Möglichkeiten der Satire zum Trotz äußerten sich AutorInnen des deutschen Satire-Magazins Titanic in einem Interview im Wochenmagazin Der SPIEGEL im Jahr 2017. Sie bestritten das Vorhandensein eines tiefergehenden Ziels. Für sie stünde der Witz im Vordergrund und man brauche PolitikerInnen nur auf bestimmte Eigenschaften reduzieren, um sie als Witzfigur dastehen zu lassen. Die AutorInnen sehen das ewige Problem der KabarettistInnen *im einrennen offener Türen*. Sie würden die Politik und ihre AkteurInnen nicht mehr vorführen, was doch der Komik widerspräche. Sei sie doch „zunächst einmal immer destruktiv. Sie kann gar nicht entstehen, ohne dass man Sinnhaftes in irgendeiner Weise verunstaltet.“ (Dworschak 2017, S. 118). Gerechtigkeit und Rücksicht seien in der Satire fehl am Platz. Mitleid wird hier als Hemmschwelle verstanden, die es aus der Welt zu schaffen gilt – Ungerechtigkeit stehe als Wesensmerkmal der Satire im Vordergrund. Auch dem von Reinhard postulierten Vereinen des Kabarettisten/ der Kabarettistin mit dem Publikum, um gegen die Großen und Mächtigen zu wettern (Reinhard 2006, S. 196), wird widersprochen. Es wäre zwar wünschenswert, jedoch nur eine Ausrede der KomikerInnen, um die eigenen Witze zu rechtfertigen. Der Grundgedanke der Satire, Fehlverhalten aufzuzeigen und so zum Nachdenken und im Weiteren sogar zu möglichen Veränderungen beizutragen, wird genauso gnadenlos zunichte

gemacht: „Wer so etwas erwartet, behindert sich selbst“ (Dworschak 2017, S. 119). Einzig der mögliche Lernprozess durch humoristische Darstellungen wird in diesem Interview teilweise bestätigt, als ganz wirkungslos sehen die *Titanic*-MitarbeiterInnen ihre Arbeit also doch nicht.

Hat die Forschung also ein gänzlich falsches Bild von SatirikerInnen? Oder sind es die amerikanischen Late-Night-Show ModeratorInnen, die sich weitgehend von den deutschen SatirikerInnen abheben? Diese Fragen sind schwierig zu beantworten, da sich außer Peter (2015) kaum jemand dezidiert mit den ProduzentInnen der Satireformate auseinandersetzt. Die Ebene der Produktion wurde in der Forschung bislang sowohl im anglo-amerikanischen, wie auch im deutschsprachigen Raum vernachlässigt. Einen ersten Ansatz zum Schließen dieser Forschungslücke soll diese Arbeit darstellen.

Forschungsfragen

Aus den dargelegten Studien und Theorien ergeben sich nun folgende forschungsleitende Fragen:

FF1: Welches Rollenselbstverständnis haben SatirikerInnen?

- Welches Ziel verfolgen sie mit ihrer Arbeit?
- Inwiefern glauben Satirebetreibende an eine Wirkung der Satire (z.B. hinsichtlich politischer Bildung) und versuchen diese zu nutzen?

FF 2: Inwiefern können ProduzentInnen satirisch-politischer Formate (des deutschsprachigen Raumes) im Journalismus verortet werden?

- Inwiefern sind journalistische Tendenzen in der Arbeit von Satirebetreibenden erkennbar?
- Inwiefern grenzen sich Satirebetreibende selbst von JournalistInnen ab?
- Inwiefern gibt es länderspezifische Unterschiede in der Eigen- und Fremdwahrnehmung der satirischen Formate?

Methode

Da bislang nur sehr wenige Studien zum Selbstverständnis von Satirebetreibenden im deutschen Sprachraum vorliegen (Peter 2015), wurde eine qualitative Herangehensweise gewählt, um einen möglichst breiten Überblick der Ansichten und Einstellungen erstellen zu können und einen ersten Einblick in soziale Einflussfaktoren und Prozesse zu erhalten.

Qualitative Methoden ermöglichen eine größere Offenheit und Flexibilität im Forschungsprozess, was allerdings auch mit einem teilweisen Kontrollverlust einhergeht (Averbeck-Lietz und Meyen 2016). Persönliche Befragungen eignen sich wesentlich besser als quantitative Befragungen dazu, ausführliche Antworten sowie ein breites Spektrum an Meinungen zu erhalten, da im persönlichen Gespräch die Bereitschaft eher gegeben ist über sich selbst und die eigenen Erfahrungen zu reden. Die Interviewten können alles erzählen, es muss nichts eigenständig ausgefüllt oder gelesen werden, weswegen die Hürde ausschließlich in der Bereitschaft zu sprechen liegt. Dies kann gleichzeitig ein Nachteil sein, da in einer quantitativen Befragung die vollständige Anonymität gewahrt werden kann, was ein Gefühl der Sicherheit und dementsprechend wieder größere Offenheit bedeuten kann.

Bei einem Interview besteht die Möglichkeit der Nachfrage und des Eingehens auf andere interessante Bereiche, die sich möglicherweise erst im Gespräch ergeben und bei einem standardisierten Fragebogen keinen Platz finden würden. Ein Nachteil ist die Möglichkeit, dass die Befragten sozial erwünscht antworten und somit das Ergebnis verzerren können – dies kann allerdings auch bei quantitativen Befragungen nicht ausgeschlossen werden. Es kann dementsprechend nur das tatsächlich Gesagte ausgewertet werden. Ausgewertet und interpretiert werden also lediglich die Aussagen der Befragten. Um eine Übereinstimmung zwischen Gesagtem und tatsächlichen Handlungen nachvollziehen zu können, müssten weitere Untersuchungen vorgenommen und beispielsweise Kabarettprogramm inhaltsanalytisch untersucht werden, um anschließend zu überprüfen, ob die Aussagen der KabarettistInnen mit diesen Untersuchungen übereinstimmen. Um eine allgemeine

Vergleichbarkeit der narrativen Elemente der Interviews möglich zu machen, wurde ein Leitfaden erstellt.

Der Leitfaden wurde auf der Basis mehrerer Studien entwickelt (u.a. Knieper 2002; Meyen 2009; Peter 2015) und widmet sich den Themenfeldern Werdegang, Arbeitsalltag, Selbstverständnis, Publikum und Journalismus. Durch das Erfragen des Werdegangs sollen mögliche journalistische Studiengänge oder Ambitionen in diese Richtung erhoben und die Motive der Berufswahl näher beleuchtet werden. Fragen zum Arbeitsalltag sollen einen Einblick in die Arbeitsweise und Tätigkeiten geben, um dies mit journalistischen Arbeitsschritten und Verhaltensweisen abzugleichen. Mithilfe der Fragen zur Selbsteinschätzung sollen eigene Ziele und Möglichkeiten erhoben und der Blick auf die Satire und deren Funktion gelegt werden, um zu sehen, wie ProduzentInnen ihre Arbeit definieren und welchen Stellenwert sie dieser Darstellungsform beimessen. Der vorletzte Fragenblock zielt auf die Einstellung gegenüber der RezipientInnen ab und der Rolle, die ihnen im Zuge ihrer Funktion als EmpfängerInnen der satirischen Beiträge zukommt. Auf diese Weise kann, in einem Zusammenspiel mit den zuvor erfragten persönlichen Zielen der eigenen Arbeit, gezeigt werden, inwiefern SatirikerInnen Funktionsweisen des Journalismus – bewusst oder unbewusst – übernommen haben. Der letzte Block widmet sich schließlich direkt dem Journalismus. Die Befragten sollen sich selbst und die satirische Darstellung im Zusammenhang mit Journalismus erörtern und eine mögliche Verknüpfung der Bereiche beurteilen. Diese Aussagen können im Auswertungsverfahren mit den Arbeitsweisen abgeglichen werden, um zu sehen, ob die Wahrnehmung der eigenen Arbeit und die Beurteilung der satirischen Arbeit hinsichtlich journalistischer Tendenzen deckungsgleich oder unterschiedlich ausfällt. Abschließend sollen sich die Befragten als KünstlerInnen oder JournalistInnen einordnen. Diese letzte Frage soll sie am Ende nochmal die getroffenen Aussagen Revue passieren lassen, um sich dann, auf Basis ihrer eigenen Einschätzungen, konkret einer der beiden Berufsgruppen zuzuordnen. Ziel der Frage ist es, neben einer

einfachen Zuordnung, die journalistischen Aspekte, die im Rahmen des Interviews möglicherweise diskutiert wurden, den künstlerischen gegenüberzustellen und zu reflektieren, in welcher Gruppe die eigene Arbeit am ehesten zu lokalisieren ist und entsprechend auch, in welchem Feld sie verortbar ist. Der Fokus der Erhebung liegt auf den Aussagen der Interviewten. Körpersprache, Mimik und Stimmlage werden in der Auswertung nicht berücksichtigt. Durch die Interviews sollen die Befragten dazu angeregt werden, über ihre tägliche Arbeit, ihre persönlichen Ziele, Ansichten, Einstellungen und dem Umgang mit bestimmten Situationen, sowie ihre eigenen biografischen Erfahrungen sprechen. Durch den Text sollen Aussagen über den kognitiven Hintergrund (Wissen, Erwartungen, Einstellungen, Bedeutungshorizont) und Handlungshintergrund (Intention, Pläne, bisherige Handlungen) der KommunikatorInnen gemacht werden (vgl. das inhaltsanalytische Kommunikationsmodell Mayring 2015, S. 59).

Angestrebt werden eine Ausgewogenheit hinsichtlich der verschiedenen Formate innerhalb der beiden Länder, um mögliche Gemeinsamkeiten oder Unterschiede feststellen zu können sowie eine gute Balance von Alter und Geschlecht, je nach Möglichkeit⁵. Es kann kein Anspruch auf Repräsentativität erhoben werden, da weder die Zeit noch die Ressourcen vorhanden sind, um eine groß angelegte Studie durchzuführen. Diese Arbeit kann lediglich einen ersten Überblick bieten, ein erstes Meinungsbild erheben und so eine Basis für weitere Untersuchungen und mögliche quantitative Erhebungen schaffen.

In der Auswertung werden verschiedene Studien zu journalistischen Rollenbildern und deren Ergebnisse herangezogen, um zumindest eine tendenzielle Vergleichbarkeit von JournalistInnen und SatirikerInnen zu ermöglichen. Für einen direkten Vergleich wäre ein Verfahren, wie es Peter (2015) in ihrer Dissertation angewandt hat, notwendig.

⁵ Knieper stellte bei seiner Untersuchung beispielsweise fest, dass das Berufsfeld der KarikaturistInnen sehr männlich dominiert ist (Knieper, 2002, S.119).

Der Lesbarkeit halber werden die Satirebetreibenden mit S1-S36 gekennzeichnet, eine Tabelle mit Anmerkungen zu Beruf, Geschlecht, Alter etc. ist bei den Ergebnissen zu finden. Die ausführliche Tabelle inkl. Dauer und Art des Interviews sowie der Zeitangabe wann das jeweilige Interview geführt wurde, befindet sich im Anhang.

Auswahl der InterviewpartnerInnen

Satire wird in dieser Arbeit als jedwede Art des politischen Humors definiert, der Missstände in Politik und Gesellschaft anprangert und so eine Kritik- und Kontrollfunktion innerhalb des Mediensystems auszuüben versucht. Folgende Formate wurden ausgewählt, orientiert an der Definition des kritischen, politischen Humors (Kleinen-von Königslöw 2014, S. 182): Satirische Fernsehformate (sowohl AutorInnen als auch DarstellerInnen, jedoch nicht zwingend immer beide von ein und demselben Format), Satire-Magazine (Online wie Print), KabarettistInnen (Fernsehen und Bühne) und KarikaturistInnen (für Zeitungen und Magazine) aus Deutschland und Österreich. Der Bereich Hörfunk wurde in der Vorauswahl ausgeklammert, ebenso JournalistInnen, die Glossen verfassen. Die VerfasserInnen der Glossen sind in der Regel *reguläre* JournalistInnen und nicht in erster Linie Satirebetreibende. Die meisten SatirikerInnen, die Hörfunkkolumnen betreiben, sind auch als KabarettistInnen aktiv und können deshalb über die Sparte *KabarettistInnen* ausgewählt werden. Eine eigene Kategorie *Hörfunk* erscheint nicht sinnvoll.

Da der Fokus bisheriger Forschungen meist auf einem Bereich (vorwiegend im Bereich der TV-Satire) oder Berufszweig lag, soll versucht werden, umfassende Informationen aus allen Bereichen zu sammeln, um berufs- wie auch länderspezifische Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Wahrnehmung feststellen zu können.

Laut Kleinen-von Königslöw (2013) sind auf der Produktionsebene nicht nur die direkt beteiligten AkteurInnen von Bedeutung, sondern ebenso die von außen Einfluss nehmenden AkteurInnen sowie Produktionsstrukturen (ebd., S. 36). Als direkt beteiligt nennt sie

JournalistInnen, RedakteurInnen, AutorInnen, ModeratorInnen und SchauspielerInnen, externen Einfluss üben Politik, Medien und die Gesellschaft aus. Externe Einflüsse sind im Rahmen dieser Arbeit schwer zu erfassen, weswegen der Fokus auf den direkt Beteiligten liegt.

Für Interviews in Frage kommen demnach die oben genannten Personengruppen. Angemerkt werden muss, dass die Beteiligung an Formaten enorm variiert - ein/e einzelne/r Solo-KabarettistIn hat oft sowohl die Rolle von AutorIn als auch SchauspielerIn inne, während bei Formaten wie der *heute-show* wesentlich mehr Beteiligte mitwirken. Darauf wird in der Auswertung noch weiter eingegangen. Satirische Darstellungen, wie die von Dias da Silva und Garcia (2012) untersuchten *YouTube-Satirists*, werden in dieser Arbeit nicht berücksichtigt. Zum einen kann oftmals der/ die AbsenderIn solcher Video-Kurz-Parodien nicht oder nur schwer ermittelt werden, zum anderen sollen in dieser Studie nur ProduzentInnen befragt werden, die dies in erster Linie haupt- oder zumindest nebenberuflich und nicht ausschließlich hobbymäßig betreiben.

Da keine Repräsentativität angestrebt wird, wurde die Auswahl bewusst nach bestimmten Merkmalen getroffen (Scholl 2018), sowie über das sogenannte Schneeballsystem. Ausgewählt wurde je nach Kategorie (TV, Kabarett, Karikatur und sogenannte Schreib-Satire) auf unterschiedliche Art und Weise, da ein allgemeines Auswahlverfahren aufgrund der Plattformverschiedenheit nicht möglich war. Eine erste Auswahl der KabarettistInnen wurden auf Basis des Erhalts einer der folgenden Preise, die ohne Anmeldung, Bewerbung oder örtliche Voraussetzungen vergeben wurden, zurück bis ins Jahr 2000, getroffen: Deutscher Kabarettpreis (Haupt-, Förder- und Sonderpreis) sowie Deutscher Kleinkunstpreis Sparte Kabarett. Für Österreich war der Erhalt des Österreichischen Kabarettpreises, des Salzburger Stiers oder des Goldenen Kleinkunstnagels für eine erste Auswahl ausschlaggebend. Außerdem mussten die Ausgewählten zum Zeitpunkt der Interviews noch aktiv als SatirikerInnen/KabarettistInnen arbeiten. Im Falle der

KarikaturistInnen/ CartoonistInnen war der Erhalt des deutschen Karikaturistenpreises (ebenfalls bis zum Jahr 2000) ausschlaggebend. Da ein jährlicher Karikaturenpreis in Österreich nicht vergeben wird, wurden hier die österreichischen Tages- und Wochenzeitungen als Anhaltspunkt genommen. Weitere Befragte waren Satire-Betreibende aus den Bereichen Print/ Online-Magazine sowie TV Sendungen. Hier wurden jeweils von den bekanntesten Sendungen/ Magazinen die Redaktionen sowie AutorInnen und DarstellerInnen angeschrieben, und jene, die sich bereit erklärt haben, interviewt. Wie bereits erwähnt wurden darüber hinaus noch Satirebetreibende auf Empfehlung bereits interviewter Personen ergänzt.

Durchführung

Die Teilnahme an den Interviews war freiwillig und die Termine und Orte, an denen die Interviews geführt wurden, wurden von den TeilnehmerInnen vorgeschlagen. Bei den Gesprächen handelte es sich um halbstrukturierte, offene Leitfadeninterviews, die im Rahmen der Datenerhebung für die Magisterarbeit der Autorin von dieser durchgeführt und auch transkribiert wurden. Insgesamt wurden 36 Interviews geführt, davon 32 Einzelinterviews, zwei Interviews mit jeweils zwei Personen und ein Gruppeninterview mit insgesamt acht TeilnehmerInnen. Das Gruppeninterview entstand spontan – die Autorin wurde zu einer Redaktionssitzung eingeladen, an der wesentlich mehr Menschen teilnahmen als erwartet. Die Dauer der Interviews betrug im Durchschnitt 35 Minuten. Es wurden jeweils 17 Interviews in Österreich und 18 in Deutschland geführt. 19 Interviews wurden telefonisch, 15 face-to-face (in Cafés, sowie der eigenen Redaktion oder dem Atelier) und eines, aufgrund technischer Schwierigkeiten, schriftlich per E-Mail zwischen Juli und Oktober 2018 durchgeführt. Die Befragten wurden mit einem digitalen Aufnahmegerät aufgenommen und anschließend unter Zuhilfenahme des Programms F4 transkribiert und mit MaxQDA ausgewertet. Transkribiert wurde nach allgemeinen Transkriptionsregeln (Mayring 2015): Es wurde vollständig und

wörtlich transkribiert (Wiederholungen und Unvollständigkeiten beibehalten), Formen des Zögerns wurden weggelassen, wenn sie nicht für den Inhalt relevant waren, Dialektbegriffe und Kurzformen wurden an den hochdeutschen Sprachgebrauch angeglichen (is = ist, net = nicht, Gschicht = Geschichte, do muaß ma hoid = da muss man halt), eindeutige Dialektbegriffe oder Satzteile, deren Aussagekraft durch eine Angleichung verloren gegangen wären, wurden beibehalten (Bsp. „Wiener Schmääh“) und nach Gehör niedergeschrieben. Unverständliche Ausdrücke wurden mit (*unv.*) gekennzeichnet, schwer verständliche Aussagen in eckige Klammern gefasst. Pausen sind durch (...) oder (*Anzahl der Sekunden*) gekennzeichnet. In einem an Mayring angelehnten Verfahren wurden Kategorien zur Interpretation der Interviews gebildet. Dabei wurden die Forschungsfragen sowie die danach eingeteilten Fragenblöcke als Eckpunkte verwendet. Journalistisches Handeln in der Satire wurde beispielsweise an Kriterien wie jenen von Neverla und Grittmann (2002) festgemacht. Hierzu zählt zum Beispiel die Recherche, also die „aktive Beschaffung von Informationen zu Tatsachen, Sachverhalten und zu ihrer Bewertung“ (ebd., S. 558) mit dem Ziel der Aufklärung der BürgerInnen und somit der Kontrolle der Mächtigen (Haas 2002, S.570), ebenso wie die Art und Weise der Themenselektion, die nach routinisierten Entscheidungen abläuft - hauptsächlich auf Basis der Nachrichtenwerte, aber auch anhand von zeitlichen Komponenten, wie dem Rhythmus, in welchem ein Format erscheint (Neverla et al. 2002, S. 560).

Ergebnisse

Die folgenden Ergebnisse können leider nicht in aller Ausführlichkeit dargestellt werden. Jedes Interview für sich genommen beinhaltet viele Details und spannende Ausführungen, für die sich eine genaue Betrachtung lohnen würde. Da es sich um eine Masterarbeit handelt muss leider auf eine solche detaillierte Darstellung verzichtet werden, um das große Ganze nicht aus den Augen zu verlieren. Auf Auffälligkeiten, die keinen Platz in der eigentlichen Arbeit finden, wird deshalb im nächsten Abschnitt kurz eingegangen und auch im Diskussionsteil wird nochmals Bezug auf interessante Passagen zur möglichen weiteren Bearbeitung genommen.

Das gesammelte Material enthält Aussagen von 36 Satirebetreibenden (das Gruppeninterview wird im Anschluss gesondert diskutiert, da es einige Besonderheiten aufweist) über deren Arbeitsalltag, die Einstellungen und Meinungen bezüglich der Satire und hinsichtlich des Journalismus. Von den Befragten waren 27 männlich und 9 weiblich. Elf der Befragten sind im zeichnerischen Bereich tätig, zehn vorwiegend als AutorInnen und fünfzehn hauptsächlich im Kabarett-Bereich. *Hauptsächlich* heißt in dem Fall, dass außer den ZeichnerInnen fast alle Interviewten neben ihrer Haupttätigkeit noch in anderen Bereichen und/ oder Formaten tätig sind. Der Altersdurchschnitt liegt bei 52 Jahren, der/ die jüngste Befragte war 26, der/ die Älteste 81 Jahre alt. Die durchschnittliche Dauer der Tätigkeit im Bereich Satire beträgt 22 Jahre, die Spanne reicht auch hier weit, nämlich von fünf bis über 40 Jahre. Der Bildungshintergrund ist gänzlich verschieden. 23 der Befragten haben ein abgeschlossenes Studium. Einige KarikaturistInnen haben ihres Berufs entsprechend Graphik und ähnliches studiert, die Studiengänge sind sonst aber sehr unterschiedlich und reichen von Jura über Germanistik, Philosophie, Journalistik bis zu Kognitionsbiologie. 23 der Befragten sehen sich selbst als KünstlerIn (in der Tabelle 1 mit *K* gekennzeichnet), sechs als JournalistInnen (*J*) und weitere sechs möchten weder der einen noch der anderen Gruppe

zugeordnet werden. Zur besseren Übersicht dient die folgende Tabelle, eine ausführliche Version findet sich im Anhang.

	Alter	♂/♀	Art der Satire (Einordnung durch die Autorin)	Eigene Berufsbezeichnung	Arbeitserfah- rung Satire (in Jahren)	J	K
S1	47	m	Autor (TV)	Autor	20		X
S2	44	m	Autor (TV)	Autor & Filmemacher	17		X
S3	41	m	Autor (TV)	Comedyautor	8		
S4	50	w	Autorin und Journalistin	Journalistin, die eine satirische Seite betreibt	5	X	
S5	39	w	Autorin	Autorin	10		X
S6	78	m	Autor und Gründer	Satiriker	30	X	
S7	69	m	Cartoons/ Karikaturen	Karikaturenzeichner	42	X	
S8	61	m	Cartoons/ Karikaturen	Cartoonist & Maler	30		X
S9	54	w	Cartoons/ Karikaturen	Cartoonistin	18		X
S10	81	m	Cartoons/ Graphik	Graphiker		X	
S11	66	w	Cartoons/ Karikaturen	sprachlicher und bildlicher Ausdruck Der Beobachtung des Umfeldes und der politischen Lage mit Humor	40		X
S12	53	m	Kabarett	Kabarettist	20		X
S13	55	w	Kabarett	Humor-/ Spaßarbeiter	18		X
S14	61	m	Kabarett (Bühne)	Steh-Greif-Kabarettist	20		X
S15	61	m	Kabarett (Bühne & TV), Autor, Radio	Humorfacharbeiter	30		X
S16	64	m	Kabarett (Bühne & TV)	Unterhaltungskünstler	40		X
S17 + S18	34	m	Autoren und Gründer (Online-Satire), NB	Satire-Autor & Redaktion (nebenberufl.)	9		X
S19	35	m	Autor (Magazin)	Autor & Satiriker	17		
S20	67	m	Cartoons/ Karikaturen	„Man kann sagen Satiriker, man kann auch sagen Karikaturist, man kann sagen Humorist - was auch immer.“	35		X
S21	45	m	Cartoons/ Karikaturen	Karikaturist	10	X	
S22	54	m	Cartoons/ Karikaturen	Politischer Karikaturist	19		
S23	ca. 55	w	Cartoons/ Karikaturen	Bildende Künstlerin	25		X
S24	53	m	Cartoons (ab und zu Kolumnen)	Editorial Cartoonist/ politischer Karikaturist	26		
S25	58	m	Cartoons/ Karikaturen	Zeichner	> 30	X	X
S26	56	m	Kabarett	Satiriker	34		X
S27	39	w	Kabarett (Bühne & TV)	Kabarettist & Schauspieler	6 (Solo)		
S28	26	m	Kabarett	Komiker	5		X
S29	49	m	Kabarett & Autor	Satirebetreibender	23		X
S30	53	m	Kabarett (Bühne & TV), Autor	Satiriker	37		X
S31	51	m	Kabarett (Bühne & TV), Autor	Kabarettist	30		X
S32	48	m	Kabarett (Bühne & TV)	Satiriker	10-11 Jahre		X
S33	47	m	Kabarett, Autor und Moderator	Medienarbeiter	8		

S34 + S35	33 und 34	w	Kabarett (Bühne) + Radio + Autorinnen	Kabarettistin	9		X
S36	54	m	Autor (TV) & Kabarett (TV)	Autor & Sidekick	25		X

Tabelle 1: Übersicht demographischer Informationen der interviewten SatirikerInnen

Allgemeine Auffälligkeiten

Da nicht alle Ergebnisse für die Beantwortung der Forschungsfragen relevant aber dennoch spannend sind, sollen vorab einige Beobachtungen festgehalten werden.

Der Zugang zur Arbeit in der Satire war bei einem Großteil der Befragten eine Mischung aus dem Wunsch sich im Darstellungsbereich in irgendeiner Form zu verwirklichen (z.B. Schauspiel, Rockstar, RegisseurIn etc.) und einem angeborenen beziehungsweise in der Kindheit/ frühen Jugend auftretenden humoristischen Talent:

Kurz gefasst habe ich immer irgendwie lustiges Zeug geschrieben, Kurzgeschichten und sowas, mit Freunden lustige Filme gedreht und dann irgendwann wollte man Regisseur werden und das hat natürlich nicht geklappt, weil man das nur so ein bisschen wollte. (S3, Autor)

Die meisten gerieten durch Zufall in das Berufsfeld, nur bei einigen wenigen war der tatsächliche Wunsch da, KabarettistIn oder satirische/r AutorIn zu werden. Ein verhältnismäßig häufig genannter Name der deutschen SatirikerInnen ist in der Hinsicht Harald Schmidt – wahlweise als Arbeitgeber oder als beruflicher Orientierungspunkt. Die CartoonistInnen und KarikaturistInnen zeichneten ausnahmslos alle schon während ihrer Schulzeit und begannen teilweise auch während dieser Zeit schon als ZeichnerInnen zu arbeiten.

Auch interessant ist die Motivation der Befragten, die ihre satirische Berufung in der DDR fanden. Hier zeigt sich der Unterschied zwischen Satire in einer Demokratie und Satire in einer Diktatur und auch, welche spezielle Rolle Satire hier übernehmen kann. Beispielsweise wurde ein Satire-Magazin von JournalistInnen gegründet, um dem eingeschränkten Journalismus zu entfliehen. Der Gründer eines satirischen Magazins erzählt:

Der Journalismus war in der DDR doch sehr stark eingeschränkt in seinen Möglichkeiten. Und das war unbefriedigend. Man kam nicht raus aus diesen Zwängen und sah doch, dass vieles anders sich abspielte im Leben als es die Medien widerspiegelten. Und aus diesem Konflikt heraus hat man natürlich immer versucht auszubrechen und ein bisschen vom wirklichen Leben einfließen zu lassen in seine Arbeit. (S6, Autor)

Die Satire wurde hier also als Fluchtmöglichkeit genutzt – allerdings nicht, wie üblich beschrieben, zum Zweck der Flucht aus dem Alltag (Scholl et al. 2008), sondern aus dem Bedürfnis nach Informationen heraus. Andere Satirebetreibende die in der ehemaligen DDR aufwuchsen berichteten ähnliches. Satire habe die Möglichkeit gegeben, alles sagen zu dürfen (vgl. S13). Sie bot eine Form der Freiheit innerhalb eines stark regulierten und kontrollierten Systems. Vor Drohungen und Konsequenzen war man trotz allem nicht gefeit: „Naja, beim [Satire-Magazin] war's doch gelegentlich vorgekommen, dass wir Ärger bekamen und auch mal ein Heft eingestampft wurde“ (S6).

Aber auch heute sehen sich Satirebetreibende Anfeindungen gegenüber. Die wenigsten der Befragten sind (noch) auf Sozialen Plattformen aktiv. Drei der Interviewten berichteten von Morddrohungen, die sie aufgrund ihrer satirischen Tätigkeit erhalten haben. Ein Karikaturist musste letztlich „eine Woche untertauchen [musste], um sich alles beruhigen zu lassen.“ (S7). Dies macht deutlich, dass Satire starke Auswirkungen auf die RezipientInnen selbst haben kann, die unter Umständen weit über eine spannungslösende Unterhaltungsfunktion hinaus geht. Durch ihre Arbeit erregen die Satirebetreibenden folglich Aufmerksamkeit, welche wiederum Reaktionen hervorruft. Eine Wirkung kann der Satire also nicht abgesprochen werden.

Wie schon im theoretischen Teil erwähnt, haben Late-Night-Shows in den USA den Anstoß zur Beschäftigung mit Satire aus der Forschungsperspektive heraus gegeben. Auch bei den SatirikerInnen selbst haben John Oliver und Co einen enorm hohen Stellenwert. Bei der Frage nach der Möglichkeit der politischen Bildung durch Satire wurde von einigen direkt die Verknüpfung zu John Oliver hergestellt: „Das ist natürlich wie's John Oliver macht so

meisterhaft, da gibt's ja wirklich dann fast keine Alternative.“ (S1, Autor). Diese Art der Nachrichtensatire wurde im Gegensatz zur eigenen satirischen Produktion auch unmittelbar mit Journalismus in Verbindung gebracht. Aussagen dieser Art führen zur eigentlichen Forschungsthematik und den Forschungsfragen: Welches Rollenselbstverständnis haben SatirikerInnen? Welches Ziel verfolgen sie mit ihrer Arbeit? Inwiefern glauben Satirebetreibende an eine Wirkung der Satire (z.B. hinsichtlich politischer Bildung) und versuchen diese zu nutzen? Inwiefern gibt es länderspezifische Unterschiede in der Eigen- und Fremdwahrnehmung der satirischen Formate?

FF 1: Welches Rollenselbstverständnis haben SatirikerInnen?

Wie schwierig die Definition des satirischen Berufes und dementsprechend auch eine einfache Rollenzuweisung ist, zeigt bereits die Frage nach der Berufsbezeichnung, die zusammenfassend in Tabelle 1 aufgelistet ist. Die zeichnerisch Tätigen benennen ihren Beruf mit CartoonistIn, ZeichnerIn, oder KarikaturistIn relativ einheitlich. Die darstellenden SatirikerInnen bezeichnen ihren Beruf als KabarettistIn, aber auch als HumorarbeiterIn, KomikerIn, SatirikerIn oder UnterhaltungskünstlerIn. Nicht alle sind bereit sich überhaupt auf einen Begriff festlegen zu lassen: „Mein Beruf passt in keine Schublade. Also das ist am ehesten noch der Oberbegriff Satiriker. Da ist relativ viel drinnen. Aber sonst ist es ein bisschen schwer in Jobarten hineinpressbar.“ (S30, Kabarettist). Auch das gesellschaftliche Umfeld trägt einen Teil zur mangelnden Eindeutigkeit dieser Berufssparte bei:

Wenn ich ernsthaft gefragt werde - sagen wir mal auf dem Einwohnermeldeamt oder ähnlichen Institutionen - dann sag ich "Journalist". Weil alles andere verstehen die ja nicht. Wenn ich in einem Interview gefragt werde, dann sag ich "Humorfacharbeiter". Das ist zwar auch schon etwas abgeschmackt, aber trifft die Sache eigentlich ganz gut, weil es ist wie Fliesenleger: Es gehört ein bisschen Talent dazu, aber auch ganz viel Routine, Erfahrung und Arbeit. Also es ist ein Handwerksberuf. (S15, Kabarettist)

Satire ist kein reguliertes Berufsfeld und entsprechend schwierig ein- und abzugrenzen. Der Versuch einer Einordnung führt über die Themenwahl und Art der Gestaltung. Was vor allem

die interviewten KabarettistInnen, aber auch die *Social Cartoonists*, also jene CartoonistInnen, die in erster Linie gesellschaftskritisch und nicht (tages-) politisch zeichnen, gemeinsam haben und was sie von JournalistInnen unterscheidet, ist ihre Auswahl der Informationen. Zwar spielen gesellschaftliche Relevanz und auch Aktualität bei vielen ebenfalls eine Rolle, die Wahl dessen was dann aber tatsächlich in das Programm oder die Kolumne aufgenommen, im Fernsehen ausgestrahlt oder anderweitig veröffentlicht wird, diese Entscheidung beruht bei einem großen Teil auf den persönlichen Bedürfnissen und dem eigenen Interesse.

Mein Ziel ist ganz einfach Themen, die mich interessieren, ganz konkret nur mich, ohne darauf zu schielen was könnte die Leute interessieren, interessier' ich mich nur für Themen, die erstmal nur mich interessieren. (S12, Kabarettist)

Ich möchte, egoistisch gesagt, was mich am Tag so nervt, auf die Bühne bringen und satirisch verpacken - das ist ein Luxusjob. (S13, Kabarettistin)

Also, wenn mich in einer Woche irgendetwas persönlich aufregt, dann wird das zwangsläufig zu einem Cartoon. (S20, Karikaturist)

Ich schreibe eigentlich über die Sachen, die mich gerade berühren und die mir gerade wichtig sind. Weil ich glaub die bring ich am besten rüber. (S27, Kabarettist)

Also das was mich anspringt, das nehm ich. (S32, Kabarettist & TV-Satiriker)

Humor dient hier in erster Linie als Ventil, um dem eigenen Ärger über politische Zustände oder gesellschaftliche Ungerechtigkeiten Luft zu machen. Die Befragten, die diesen Anspruch an ihre Arbeit haben, sind zeitgleich jene, die ihrer Arbeit eher eine unterhaltende Funktion mit geringer bis keiner Wirkung zuschreiben.

Anders sieht dies ein österreichischer Kabarettist, der seine Arbeit mit der eines Rasenmähers vergleicht und Themen, die in Vergessenheit zu geraten drohen, wieder eine Plattform bieten möchte und hier auch auf die Verbindung zum Journalismus zu sprechen kommt:

Es ist grad in der politischen Satire in den letzten Jahren so gewesen, dass man auch eine gewisse chronikale Funktion übernimmt. Weil selbst die Leute, die in einem ähnlichen Feld arbeiten wie wir, die Recherchejournalisten und Investigativjournalisten stöhnen immer wieder auf und sagen 'mah des müsst ich auch noch und des auch noch, es ist so viel', das stimmt auch. Es ist wirklich wahnsinnig viel und viel geht einfach unter. Viele hoffen drauf, dass einfach im Lauf der Zeit Gras über die Sache wächst und das stachelt mich an. Ich denk mir 'heast, wieso hat man jetzt schon so lange nichts mehr über dieses Thema..., das wird schon so abgehakt'. Und da sagen die Leute schon 'ja das kennen wir ja eh schon' und so. Nein! Das ist / dann haben die schon gewonnen. (S30, Kabarettist & Autor).

Der Autor einer deutschen Satire-TV-Show ist ähnlicher Ansicht. Er führt als Beispiel ein Thema über den Berufsstand der Hebammen an, das er gemeinsam mit einer Kollegin in eine Sendung integrierte, weil sie die Wichtigkeit und zeitgleich die mangelnde Aufmerksamkeit in den Medien erkannten. Die Reaktionen der RezipientInnen gaben ihnen Recht:

[...], wenn so eine Strecke plötzlich viel Diskussion anregt, dass Hebammen das bei Twitter irgendwie weiter twittern und sagen „die [Name der Sendung] hat das gemacht und bringt wunderbar auf den Punkt wo die Probleme liegen“, dann denkt man so oh ja, das ist ein wichtiger und schöner Nebeneffekt meiner Arbeit. (S3, Autor).

Im Gegensatz zu S30 sieht es der Autor S3 als Nebeneffekt und weniger als Hauptaufgabe. Dennoch ist es ein Bestandteil der Arbeitsweise der Show, die auch vom Moderator der Sendung unterstützt wird: „Und deswegen hat er [der Moderator] da meistens schon nicht nur die Hoheit, sondern auch Wünsche, ‚he ich möchte diese Woche mal dieses unbeachtete Thema machen‘“ (S3, Autor). Die Autoren eines deutschen Online-Satire Magazins sehen darin überhaupt einen Teil der Aufgabe der Satire: „Ich glaube aber häufiger noch hat die Satire den Auftrag ein Thema, über das sich viele Menschen sowieso Gedanken machen, (...) ein gemeinsames Forum zu schaffen wo sich Menschen über dasselbe Thema auslassen können.“ (S18, Autor Online-Satire). Ein österreichischer Kabarettist erwähnte ähnliches hinsichtlich der Frage nach einer möglichen gesellschaftlichen Funktion der Satire. Der Villacher Fasching sei beispielsweise auf weniger niveauvolle Weise eine Art der Komödie der Antike, in der bislang verschwiegene Thematiken auf amüsante Weise zur Sprache gebracht würden und die so eine reinigende Wirkung auf die Gemeinschaft hätten (vgl. S32).

Aufgabe, Rolle, Funktion, Definition – die Begriffe lassen sich bei dieser Thematik nur schwer trennen. Alles fließt irgendwo ineinander. Zusammenfassend wird das Aufgreifen einer Thematik, die Hervorhebung von Themen oder auch das Bieten einer Plattform für unterrepräsentierte Themen von der Mehrheit als Teil der Arbeit gesehen.

Welches Ziel verfolgen die SatirikerInnen mit ihrer Arbeit?

Die (persönlichen) Ziele können Aufschluss über das Rollenverständnis der SatirikerInnen geben. Ziel und Motivation geben Aufschluss darüber, welche Bedeutung die Satirebetreibenden ihrer Arbeit zuschreiben. Einige äußerten ganz konkrete Zielvorstellungen, wie das Mobilisieren und Aktivieren ihrer ZuschauerInnen:

Im besten Sinne würde ich mal sagen ich hoffe, dass wir es zumindest so ein ganz kleines bisschen schaffen, mehr Leute für Europa zu begeistern, mehr Leute gegen Ausländerhass zu mobilisieren, Leute aus ihrer bequemen Haltung zu locken. Im Moment kommt's mir ein bisschen so vor als ob die (...) anständigen noch nicht irgendwie die Notwendigkeit sehen, gegen das, was im Moment in unserem Land oder in unser aller Länder vorgeht, einfach mal aufzustehen und zu sagen ‚ok, jetzt ist's aber echt mal genug‘. Und auch nicht dafür aufzustehen und zu sagen ‚wir lassen uns Europa nicht kaputt machen‘. (...) Wenn wir es schaffen, dass zumindest ein paar Leute mal aus der bequemen Haltung rauskommen und sagen ‚ok, ich überleg mir jetzt auch mal wie ich da irgendwie meinen Beitrag leisten kann‘, dann wäre schon viel erreicht.
(S1, Autor)

Auch andere Satirebetreibende äußern den Wunsch nach Veränderung, den Drang etwas zu bewegen oder das Bewusstmachen von unterrepräsentierten Situationen als Ziele ihrer Arbeit. Sie wollen nicht zwingend die Welt in ihrer Gesamtheit ändern, aber doch mit ihrer Arbeit den Weg in eine Richtung weisen und ganz im Sinne der satirischen Definition aufmerksam machen und die Möglichkeit haben „meinungsbildend zu wirken, immer im Kampf gegen Menschenfeindlichkeit und für ein friedliches Zusammenleben, für Menschenrechte.“ (S2, Autor). Die Spannweite reicht hier von dem tatsächlich geäußerten Gedanken „die Welt besser zu machen“ (S2, Autor), bis zu der Resignation, dass man die Gesellschaft nicht umkrempeln

könne. Aber es sei trotzdem gut, wenn sich Themen „einhängen“ und „das [Geschriebene] nicht sofort verpufft“ (S5, Autorin).

22 der Befragten erwähnten an verschiedenen Stellen, dass eine Anregung zum Nachdenken nicht nur wünschenswert, sondern Aufgabe der Satire sei. Doch nicht alle sehen sich in der Pflicht Menschen etwas mitzugeben. Auch Unterhaltung, Spaß und der eigenen Meinung eine Bühne bieten, werden als persönliche Ziele gesehen.

Früher wollte ich ein bisschen die Welt mit verändern, das tu ich aber nicht mehr. Ich will, ja, den Leuten ein bisschen meine Meinung sagen, so wie ein Kommentator in der Zeitung auch seine Meinung einfach sagt. Ein bisschen 'ne Meinungsvielfalt darzustellen und das eben mit meinen Mitteln. Ein bisschen vielleicht einen Witz reinzubringen. (S7, Karikaturist)

Darüber hinaus haben Einzelne das Bestreiten des Lebensunterhaltes zum Ziel, das Niederschreiben der eigenen Gedanken („Ich glaub ich würde es auch machen, wenn es keiner lesen würde.“ S19, Autor), den alltäglichen Nachrichten ein wenig von ihrem Ernst zu nehmen („Ein bisschen vielleicht einen Witz reinzubringen. Und das nicht alles so bierernst ist.“ S7, Karikaturist), Themen auf spannende und interessante Weise einem Publikum zugänglich zu machen oder die Freude auf einer Bühne zu stehen (aus-) leben zu können („Ich hab das Ziel ein interessanter Bühnenkünstler zu sein. (...) Programme zu machen, die ich so interessant und fordernd find, dass ich sie auch gern spiel.“ S31, Kabarettist).

Eine entscheidende Rolle in der Zielsetzung spielt das Publikum. KabarettistInnen brauchen ihr Bühnenpublikum, AutorInnen ihre LeserInnenschaft und FernsehsatirikerInnen ihre ZuseherInnen. Die befragten SatirikerInnen bezeichnen ihr Publikum allgemein als aufgeklärt und interessiert. Jene, die ihr Ziel in der Unterhaltung sehen und weniger in der Umwälzung gesellschaftlicher Zustände, äußern die Vermutung, dass die RezipientInnen wahrscheinlich gleicher oder ähnlicher Meinung wie die Satirebetreibenden sind. Insbesondere von KabarettistInnen und Magazin-AutorInnen wird argumentiert, dass Menschen, die gänzlich andere Ansichten haben, wohl kaum den Eintritt für ein Kabarett oder

das Geld für ein Abonnement zahlen würden. TV-SatirikerInnen und Online-AutorInnen haben hier den Vorteil, dass sie unter Umständen auch Menschen anderer Meinungen zumindest erreichen können:

Ich glaube, dass du - das ist natürlich das alte 'preaching to the converted-Problem' - aber dass du, wenn du tendenziell analytisch satirisch arbeitest, wirst du wahrscheinlich auch ein gewisses Publikum gar nicht haben. Da ist natürlich eine breite Öffentlichkeit eh gut. Also deswegen tut's mir nicht nur weil's eine Einkommensquelle war halt auch leid um [abgesetztes TV-Satireformat], weil das sehen dann zum Teil schon auch Leute, die jetzt vielleicht in mein Programm nicht kommen. (S31, Kabarettist)

Allerdings hat diese Art der Erreichbarkeit kaum einen Einfluss auf die Zielsetzung der eigenen Arbeit. Die Reichweite spielt, wie auch die Erwartungen und Ansprüche des Publikums, nur eine geringe Rolle:

„Ich mach mir eigentlich nie Gedanken darüber für welches Publikum ich schreibe.“
(S18, Autor Online-Satire)

Ich denk schon sehr gerne ans Publikum und auch sehr gerne an den Horizont. Ich find's z.B. blöd mit ganz vielen Fremdwörtern um sich zu hauen, wenn man davon ausgehen kann das die Leute das nicht kennen. Dann würd ich eher versuchen Sachen ein bisschen runterzubrechen, im Hinblick drauf, dass man das auch versteht. (S5, Autorin)

Die erwarten von mir – die Leute haben Eintritt bezahlt [...], die haben gutes Geld bezahlt und erwarten gute Arbeit. Das ist eine Verpflichtung auch gute Arbeit abzuliefern im Rahmen meiner Möglichkeiten. Also das ist meine Aufgabe. (S16, Kabarettist)

Ich denk beim Zeichnen jetzt nicht daran wie das ankommt. Aber ich glaub schon im Laufe der Jahre die Erfahrung zu haben wie weit kann ich gehen, wie weit wirkt das und wie weit will ich gehen. (S24, Cartoonist)

Das Publikum hat sehr wohl einen Stellenwert, ist aber nicht in erster Linie ausschlaggebend für die Art der Darstellung, da das Präsentieren der eigenen Meinung und Argumente im Vordergrund steht. Auch Rückmeldungen des Publikums beeinflussen die Arbeit der SatirikerInnen wenig (abgesehen von den vorher bereits angesprochenen Morddrohungen). Feedback wird von einigen Satirebetreibenden zur Kenntnis genommen, manchmal findet ein Austausch über die Art und Weise zu Arbeiten statt. Im gesamten haben Rückmeldungen des

Publikums aber keine nennenswerten Auswirkungen. Dennoch brauchten SatirikerInnen ein Publikum, da sie Satire ohne eine Öffentlichkeit nicht funktioniert.

Neben Zielsetzung, Motivation und Themenwahl, waren auch Definition und Aufgabe von Satire gefragt. Die Frage nach einer Definition von Satire fällt bei den Satirebetreibenden recht einheitlich aus und unterscheidet sich nicht nennenswert von der wissenschaftlichen. Satire solle „spielerische Kritik an gesellschaftlichen Verhältnissen.“ (S8, Karikaturist) üben und möchte einen „Missstand auf komische oder bitter-komische Weise auf den Punkt zu bringen“ (S3, Autor). Sie soll überhöhen, Dinge auf die Spitze treiben und Themen eine Plattform bieten, über die es, der Meinung der SatirikerInnen zufolge, zu diskutieren gilt. Auch der Unterhaltungsaspekt, das Lachen, fließt in die Definitionsversuche mit ein.

Also Satire ist das Nachdenken, die Kritik, das Lachen. (S22, Cartoonist)

Ich merk grad, dass ich immer so an den Grenzen herumschwimm. Für mich ist die Unterscheidung zwischen Satire und Humor allgemein nicht so klar gezogen. [...] Gute Satire zeigt dir was, was du davor nicht gesehen hast oder macht es explizit auf eine Weise, die dir davor nicht klar war. (S28, Kabarettist)

Vor allem KabarettistInnen nennen auch Verantwortung und Selbstreflexion als wichtige Aspekte ihrer satirischen Arbeit. Die Satire dürfe in der Tat alles, aber der/die SatirikerIn müsse sich der Konsequenzen bewusst sein. Er/ sie trage eine Verantwortung und seine/ ihre Äußerungen seien nicht, wie manche behaupten, wirkungslos – man könne gar nicht wirkungslos vor einem Publikum auftreten, meint ein Kabarettist. Satire sei daher sehr frei und jede Freiheit sei eben auch mit Verantwortung verbunden:

[...] wenn Kollegen von mir vor Jahren gesagt haben 'Jörg Haider gehört erschossen'. Dann ist das einfach nur blöde. Das hat mit Satire nichts zu tun. Weil du natürlich dann sofort eine sehr sehr problematische Fragestellung fährst, nämlich: Hallo was heißt das. Und ich red jetzt gar nicht von der juristischen, das ist sowieso sekundär, sondern ich rede einfach von der Verantwortlichkeit, von dem, was du tust. (S26, Kabarettist)

Eine allgemeingültige Definition lässt sich nach dieser Befragung nicht finden. Die wissenschaftlichen Definitionsversuche dieser Arbeit konnten aber bestätigt werden. Das Fehlen einer solchen einheitlichen Definition weist auch auf das Fehlen einer Arbeitsdefinition

hin. Da Satire nicht definiert ist, ist auch das Berufsfeld allgemein nicht eindeutig zu fassen. Hier zeigt sich eine erste Problematik hinsichtlich der Aufstellung von beruflichen Rollenbildern.

Weitgehend einheitlich erläutert wird jedoch das Ziel der Satire, das Feindbild. Die Satire müsse laut den Befragten immer nach oben gegen die Mächtigen gerichtet sein. Ein Kabarettist betont, dass Satire nicht in der Lage sei (und historisch betrachtet nie war) die „Lästigen“ zu stürzen. Diese würden die Satire dennoch fürchten, denn der Satiriker könne „das Pathos mit einem wohlgeschliffenen Satz zertrümmern“. Zertrümmern im Sinne eines Notfallhammers, der eine Scheibe nur leicht touchieren muss, um das Glas einer Scheibe zu zerbrechen. „Und da kann der Satiriker natürlich mit einem einfachen, gut formulierten, geschliffenen Gedanken den Mächtigen in die Parade fahren“ (S29, Kabarettist). Die Mächtigen werden (verbal) angegriffen, inszenierte Darstellungen von PolitikerInnen werden in die Öffentlichkeit, ins Licht gezerrt und bloßgestellt. Bloßgestellt mithilfe des Humors, um „mit den Mitteln der Komik bei den Menschen eine andere Sichtweise auszulösen.“ (S1, Autor). Doch bei aller kritischen Herangehensweise darf es auch Satire geben, die „einfach nur ein bisschen ätzend ist“ (S3, Autor), Dinge der Lächerlichkeit preisgibt oder einen unterhaltsamen Abend beschert – ganz ohne höhere Ziele zu verfolgen.

Zusammengefasst wollen die Satirebetreibenden ihr Publikum unterhalten und sich zu gesellschaftlich relevanten Themen kritisch äußern. Hierbei ist ihnen wichtig, dass es meist um die eigene Perspektive geht, die sie den RezipientInnen aufzeigen wollen, um so neue Blickwinkel aufzuzeigen und Aha-Erlebnisse auszulösen, um damit zum Nachdenken anzuregen. Wichtig ist allen, dass sich der humoristische „Schlag“ nicht gegen Schwächere, sondern immer gegen die Mächtigen richtet. Sowohl UnterhalterInnen als auch KritikerInnen versuchen ihre Beiträge so zu gestalten, dass ein (gedanklicher) Nachhall beim Publikum entsteht. Sogenannte humoristische *Schnellschüsse* oder einfache *Schenkelklopfer* sind ebenso wenig Ziel der SatirikerInnen wie belehrende Aussagen.

Neben den Motivationen und Zielen wurde auch die Einschätzung des Einflusses der eigenen Arbeit und ein möglicher Nutzen der Satire für politische Bildung erfragt.

Inwiefern glauben Satirebetreibende an eine Wirkung der Satire (z.B. hinsichtlich politischer Bildung) und versuchen diese zu nutzen?

Die persönlichen Ziele der Satirebetreibenden schließen den Willen an der Meinungsbildung mitzuwirken und beispielsweise eine Kritik- und Kontrollfunktion auszuüben, nicht aus. Der Glaube an eine Wirkung/ keine Wirkung lässt auch auf die Motivation und damit auch auf die eigene Rolle schließen. ForscherInnen haben der Satire bereits eine Wirkung zugesprochen – aber sehen SatirikerInnen diese ebenfalls?

Die Meinungen gehen auseinander. SatirikerInnen, die sich darauf spezialisiert haben gesellschaftskritische Phänomene in ihren Programmen, Texten und Bildern zu verarbeiten, neigen dazu der Satire eine schwache Wirkung zuzuschreiben. Die Autorin eines Satire-Magazins erzählte beispielsweise, dass sie keine Änderung innerhalb der Gesellschaft durch satirische Texte erwarte. Zeitgleich berichtete sie allerdings über eine Satire-Aktion, bei der Flugblätter verteilt wurden, um die AnwohnerInnen über ein sofortiges Autofahrverbot zu informieren: „Also letztlich einen großen Einschnitt in deren Leben. Und da fanden wir’s auch interessant, dass viele Leute das dann überraschend gut fanden und bereit waren dieses Opfer zu bringen, wenn das ökologisch dann letztlich sinnvoll ist.“ (S5, Autorin). Die Aktion rief also nicht wie erwartet Empörung oder ähnliches hervor, sondern fand Zuspruch und letztendlich interessierte sich sogar die Stadt für die Reaktionen der AnwohnerInnen. Eine direkte Wirkung der Satire lässt sich hier zwar nicht ableiten, das Beispiel zeigt jedoch, dass die Resonanz eines satirischen Aktes auch positiv sein und möglicherweise gesellschaftliche Entwicklungen vorantreiben kann. Die Autorin war selbst überrascht über die Reaktion, dies

änderte ihre Meinung der geringen Wirkung ihrer Arbeit jedoch nicht. Sie räumte aber ein, dass Satire auf diese Weise von Nutzen sein kann, um beispielsweise ein gesellschaftliches Stimmungsbild zu erfragen.

Die Satirebetreibenden, die in der DDR ihre satirische Karriere begannen, sehen keine große Wirkung der Satire in der heutigen Gesellschaft. Sie ziehen einen direkten Vergleich von Satire in einer Demokratie und Satire in einer Diktatur. Die Satire heute wird so betrachtet als eher schwach wahrgenommen.

Wir haben zu DDR-Zeiten was bewirken können, dass wir heute damit viel bewirken, glaube ich nicht. Heute ist es eher zur Selbstverständigung unter den links-liberalen Leuten (...) ja, gedacht. Zu DDR Zeiten haben wir direkt eingreifen können in bestimmte Prozesse, nicht? (S6, Autor).

Ein anderer Satirebetreibender erkennt zwar eine grundsätzliche gesellschaftliche Funktion der Satire, weist aber dezidiert eine Aufklärungsfunktion oder ähnliches zurück. Satire sei zwar immer entlarvend, aber nie bestätigend und dürfe auch nicht politische Meinungen eines Autors/ einer Autorin transportieren. Sie erfüllt so den Zweck des Aufzeigens von Verfehlungen, geht aber nicht darüber hinaus. Ein österreichischer Kabarettist und TV-Autor schreibt der Satire dagegen eine identitätsstiftende und reinigende Wirkung zu, hinsichtlich der Möglichkeit, Dinge anzusprechen, „wo sich jeder seinen Teil denkt, aber nie jemand drüber redet“ (S32, Kabarettist).

Die befragten KarikaturistInnen sind fast ausnahmslos geneigt an einen Einfluss zu glauben. Sie schreiben der Satire einen recht hohen gesellschaftlichen Stellenwert zu. Denn sie „ist eigentlich unverzichtbar für die Demokratie, weil sie eine Art der Meinungsbildung darstellt.“ (S10, Karikaturist). Man dürfe sich – und da sind sich die Satirebetreibenden, unabhängig von ihrer satirischen Berufssparte, einig – trotz allem nicht zu wichtig nehmen.

Aber was wir können oder was ein guter Satiriker kann ist natürlich eine bestimmte Stimmung verstärken, die bereits in der Gesellschaft vorhanden ist. Also ich glaub nicht, dass wir große Philosophen sind, ich glaub auch nicht, dass wir die Möglichkeit haben neue politische Bewegungen zu kreieren. Aber wir können verstärken, wir sind so etwas wie Lautsprecher, das glaube ich. (S20, Karikaturist).

Zusammenfassend glaubt ein Großteil der befragten Satirebetreibenden durchaus an eine Wirkung der Satire (und folglich auch an eine Wirkung ihrer Arbeit), es besteht aber Konsens, dass Satire in der historischen Entwicklung noch keine Revolution ausgelöst hat und dies zukünftig auch nicht tun wird. Sie sehen zwar die Möglichkeiten, aber auch die Probleme. Die Arbeit der Satire mit Übertreibungen und Humor schwächt die Glaubwürdigkeit und vermindert so die Wirkung. Trotz allem kann zumindest ein Denkprozess angestoßen werden, dem sich auch alle SatirikerInnen in unterschiedlich starker Ausprägung verpflichtet fühlen und zumindest auf dieser Ebene froh sind, wenn sich eine Wirkung einstellt. Das oberste Ziel ist jedoch nicht der Wille, etwas zu bewirken.

Das Selbstverständnis der Satirebetreibenden

Nach Sichtung der zuvor angeführten Ergebnisse kristallisieren sich zwei Gruppierungen heraus. Jene, die die Unterhaltung als Kern ihres Berufes wahrnehmen und das Ziel verfolgen, durch eine künstlerische Darbietung Leichtigkeit, Witz und einen Spannungsabbau beim Publikum zu erreichen. Sowie jene, die Satire als Möglichkeit der (politischen) Meinungsäußerung betrachten und somit auch journalistische Ansprüche erfüllen. Die Variationen reichen von einem einfachen Kommentieren von Ereignissen bis zu der Bestrebung, für Ideale wie beispielsweise Menschenrechte zu kämpfen. Zur theoretische Eingliederung wird sich an den schon beschriebenen elementaren journalistischen Funktionen nach Hanitzsch und Vos (2018) orientiert. Fünf der sechs Rollendimensionen lassen sich auch bei den SatirikerInnen finden. Die nicht repräsentierte Dimension der *collaborative-facilitative Role*, die JournalistInnen als PartnerInnen der Regierung einordnet, wird durch die Rolle der reinen Unterhaltung – im weiteren *humorous-entertaining Rolle* genannt – erweitert beziehungsweise ersetzt diese. Eine *collaborative-facilitative Rolle* würde den satirischen Zielen der Befragten und dem schon diskutierten *Feindbild Macht* widersprechen.

Die informative Rolle ist wenig ausgeprägt, aber durchaus vorhanden. Einige wenige der Befragten sehen durchaus die Möglichkeit einer Informationsvermittlung und versuchen dies auch umzusetzen. Nicht direkt in der Form der reinen Informationspräsentation, aber es gibt Bestrebungen nicht nur das Interesse für bestimmte Themen zu wecken, sondern auch, beispielsweise im Internet, weiterführende Informationen zur Verfügung zu stellen. KabarettistInnen nehmen sich die Zeit Ereignisse aufzubereiten, sollten diese unterrepräsentiert oder auch gesellschaftlich sehr bedeutsam sein. Allerdings werden diese Bestrebungen in erster Linie von jenen Befragten angesprochen, die bei ihrer Arbeit durch ein journalistisches Rechercheteam unterstützt werden. Alle anderen Interviewten sehen sich vorwiegend als Nutznießende der informationsbeschaffenden JournalistInnen und setzen ein informiertes, interessiertes Publikum voraus.

Neben der *humorous-entertaining* Rolle, der die befragten Online- und Magazin-AutorInnen, sowie KabarettistInnen, die sich hauptsächlich mit Alltagsphänomenen auseinandersetzen, zuzuordnen sind, ist auch die *development-educative* Rolle zu finden. Diese Rolle erfüllen vor allem österreichische SatirikerInnen und nur vereinzelt deutsche AutorInnen und KabarettistInnen. Satire nimmt hier eine aufklärerische Funktion in einer investigativen Form ein („[...] wir haben tatsächlich Sachen aufgedeckt. Die haben sogar was bewirkt. Da ist was weitergegangen.“ S30, Kabarettist), es wird mit Tabus gebrochen oder eine starke Bewusstmachung vorangetrieben, denn „es genügt meiner Meinung nach nicht mehr politisches Kabarett zu machen indem man halt immer wieder davon seine Anständigkeit dokumentiert, weil man halt gegen rechts ist. Natürlich finden wir alle Chemnitz scheiße, aber das ist zu wenig.“ (S8, Kabarettist).

Die *critical-monitorial* und *analytical-deliberative* Rollen fließen ineinander und werden aus diesem Grund als eine Rolle gesehen. Sie bilden die Kernrolle der befragten SatirikerInnen. Hier sind alle Berufsgruppen wiederzufinden und auch die selbstdefinierten UnterhaltungskünstlerInnen fallen von Zeit zu Zeit in diese Rolle mithinein, da sie das Wesen

der Satire – das Kommentieren und Kritisieren - widerspiegeln. Alle Befragten kommentieren und kritisieren in unterschiedlichen Ausprägungen gesellschaftliche und/ oder politische Entwicklungen. Unterschieden werden können Satirebetreibenden, die sich um eine distanzierte Haltung bemühen und versuchen das Stimmungsbild der Gesellschaft durch die Satire zu definieren, von jenen, die ihre eigene Meinung durch ihre Arbeit kundtun und vertreten. Abbildung 5 zeigt überblicksartig die Verteilung der Rollen der Satirebetreibenden.

ROLLEN DER SATIRBETREIBENDEN

- critical-monitorial/ analytical-deliberative ■ humorous-entertaining
- development-educative ■ informational-instructive

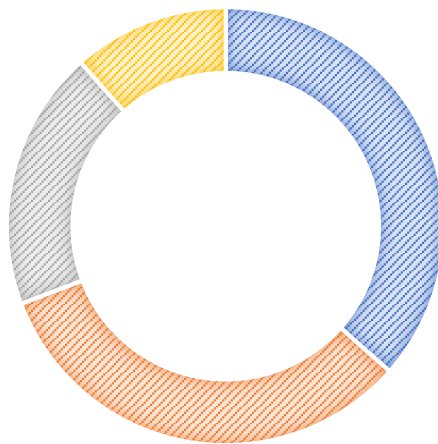


Abb. 5: Eigene Darstellung zur Veranschaulichung der Rollenverteilung

Eine eindeutige Zuordnung der Satirebetreibenden ist jedoch kaum möglich, da die Rolle in Abhängigkeit der Darstellungsform variiert und sich der Fokus im Laufe verschiedener Programme, Texte und Zeichnungen verschieben kann. Zwei der stark politisch geprägten KabarettistInnen hatten beispielsweise ebenfalls ein gesellschaftliches Programm zum Thema Fußball. Ein anderer Kabarettist hatte mehrere Programme, in denen er sich ausführlich mit der Finanzkrise auseinandersetzte. Sie „wechseln“ folglich von den KommentatorInnen-Rollen in eine Unterhaltungsrolle und wieder zurück. Durch die künstlerische Freiheit der Satire ist es schwer und nicht zielführend eindeutige Grenzen zu ziehen. Die befragten

Satirebetreibenden selbst schätzen und wahren diese Form der Unabhängigkeit und müssen die Grenzen ihres Tuns fallweise ausdiskutieren und für sich selbst immer wieder neu abstecken. Dadurch erhalten sie sich die Möglichkeit, selbst zu entscheiden, wie und vor allem ob sie mit einem Thema umgehen wollen. So können informative, aufklärerische oder bildenden Schwerpunkte ebenso gesetzt werden, wie leichte und spannungslösende, die unter Umständen *nur* ein befreiendes Lachen zum Ziel haben. Entscheidend ist, dass kaum Regulative involviert sind und die SatirikerInnen somit schon dann einen demokratischen Beitrag leisten, wenn sie Meinungsfreiheit in jedweder Hinsicht vorleben. Von diesem Standpunkt aus betrachtet kann man ihrer Tätigkeit nahezu inhaltsunabhängig eine Wirkung zuschreiben. Auch wenn sie nicht das Ziel haben, etwas zu bewegen und einen direkten Einfluss auszuüben, sie haben die Möglichkeit dazu und erreichen zumindest bei einem Bruchteil des Publikums die Erkenntnis, dass Meinungsfreiheit machbar ist. Ihre öffentliche Präsenz, egal in welcher darstellerischen Form, zeigt Meinungen auf und ermöglicht so einen Austausch über diese. So können Gespräche angeregt oder auch Ansichten bestätigt werden.

Die Frage ist weniger, was wollen SatirikerInnen erreichen, als was können sie durch ihre bloße Anwesenheit tun? Gerade wenn man sich die Aussagen der ehemaligen DDR-SatirikerInnen vor Augen führt und über die demokratischen Grenzen hinausblickt, sieht man, was Satire bewirken kann und wie wichtig sie als Erweiterung zu einer journalistischen Kritikfunktion sein kann. Nicht alle Satirebetreibenden hegen den Wunsch, in dieser Hinsicht tätig zu sein. Die meisten beschäftigen sich jedoch zumindest mit dem Gedanken einer Herrschaftskritik und üben diese in unterschiedlicher Stärke auch aus. Nach der Einordnung des Selbstverständnisses in journalistische Rollendimensionen soll auch die zweite Forschungsfrage nach der Verortung im Journalismus selbst beantwortet werden.

FF 2: Inwiefern können ProduzentInnen satirisch-politischer Formate im Journalismus verortet werden?

Theoretischer Ausgangspunkt war neben einem Rollenselbstverständnis auch Bourdieus Feldtheorie und im speziellen das journalistische beziehungsweise mediale Feld. Wie kann Satire nun innerhalb eines solchen journalistischen Feldes verortet werden? Zur Beantwortung dieser Frage wird erst ein Blick auf journalistische Tendenzen in der satirischen Arbeit und dann auf die Abgrenzung der SatirikerInnen von JournalistInnen selbst geworfen.

Inwiefern sind journalistische Tendenzen in der Arbeit von Satirebetreibenden erkennbar?

In den vorhergehenden Abschnitten wurden bereits die Themenwahl der SatirikerInnen, die Ziele ihrer Arbeit und ihre eigene Wahrnehmung diskutiert. Die journalistischen Tendenzen schwingen in allen drei Themengebieten bereits mit. Die Themenwahl verweist auf die journalistischen Ansprüche der Aktualität und Relevanz, die auch eine wichtige Rolle in der satirischen Arbeit spielen. Des Weiteren ist die Recherche ein wichtiger Arbeitsschritt für die Mehrzahl der Befragten. Hier muss jedoch eine allgemeine informative Recherche von einer tiefgehenden investigativen Recherche unterschieden werden. Eine informative Recherche wird von einem Großteil der SatirikerInnen betrieben. Sie suchen nach Informationen, um Fakten im richtigen Kontext darstellen zu können. Diese Recherche kann aus Sichtung von Fachliteratur bestehen, um Sachverhalte wie die Finanzkrise möglichst in ihrer Gesamtheit zu verstehen oder aber lediglich dazu dienen, die Farben einer Partei richtig darzustellen. Hieraus ist abzuleiten, dass die journalistischen Werte Wahrheit und Faktentreue auch von SatirikerInnen in Anspruch genommen werden. Allerdings verschreiben sich wider nicht alle diesen Werten. Ein Grund dafür ist das Wesen der Satire – die Übertreibung, Überspitzung und Verfälschung. Ein gänzlich wahrheitsgetreuer satirischer Beitrag ist nicht umsetzbar.

Einige wenige versuchen sich trotz allem auch in investigativer Recherche und arbeiten teilweise eng mit JournalistInnen zusammen:

Weil auch von deren Seite, die [JournalistInnen] haben das total geschätzt, weil sie gesagt haben wir können es in einer Form noch rüberbringen, quasi übersetzen für Leute, wie sie's nicht können. Sie liefern halt, sie sind in der Recherchearbeit da und wir machen dann mit den Ergebnissen was. Das waren eben die APA-Protokoll-Lesungen an der Uni waren ein ganz klassisches Beispiel dafür. Weil bis dahin war das Thema ein bisschen in der öffentlichen Wahrnehmung zu sehr spezifisch. Da haben viele Leute gesagt 'ja, des is Wirtschaftskriminalität, da kenn i mi net aus, da sogt der ane so der andere so i waß net, wos do g'rennt is, es is kompliziert'. Und mit dieser Lesung und, dass damals dieser Spruch 'wo war meine Leistung' so publik geworden ist, ist uns schon gelungen breitere Schichten auch dafür anzusprechen, dass auf einmal mehr Leute mitbekommen haben, was ist da gelaufen. (S30, Kabarettist).

Hier ist die schon angesprochene Motivation zu erkennen eine Plattform für Themen zu schaffen, denen die nötige Aufmerksamkeit fehlt oder für deren Aufbereiten dem Journalismus Zeit und/ oder Ressourcen fehlen. Es kann von einem Austausch, einem Profitieren auf beiden Seiten gesprochen werden. Satire wirkt unterstützend und stellt eine Hilfe dar. Dies gelingt nicht immer, da das bereits angesprochene Problem der Glaubwürdigkeit auftreten kann:

Und wir haben das ins Programm aufgenommen und darüber geredet. Und da haben wir festgestellt viele Leute glauben es uns nicht. Das sie der Meinung sind da sind zwei Lustige auf der Bühne und die haben sich das ausgedacht. Das ist so deppert die Geschichte, es kann niemand ernsthaft für sechs Seiten sechs Millionen verlangen, das ist ein Schmäh von denen. Und haben uns drauf angeredet 'das hab ich nicht ganz verstanden, warum habt's das erzählt?'. Und wir: 'es is eecht!' Das Problem haben wir bei den [Name] schon auch immer wieder, dass es Leute einfach nicht / die glauben, weil es halt lustige Leute sind erzählen die was Lustiges und manchmal ist die Realität so aberwitzig, dass es Menschen nicht glauben, dass es wirklich passiert ist. (S30, Kabarettist).

Neben der projektartigen Zusammenarbeit mit investigativen JournalistInnen, gibt es bei einigen TV-Produktionen Redaktionen, die sich aus DarstellerInnen, AutorInnen und eigenen Recherche-teams, bestehend aus JournalistInnen, zusammensetzen. Der Anspruch an Wahrheit und Faktentreue ist hier ebenfalls hoch. Aber „ab ‘nem bestimmten Zeitpunkt darfst du polemisch sein und die genausten minimalen Fakten auch durchaus vernachlässigen, wenn die Grundsachlage stimmt.“ (S3, Autor). Überdies erzählt ein Autor von einer eingerichteten Online-Seite, auf der Fakten ergänzend zur Sendung gepostet werden. In der

textlastigen Satire sind die journalistischen Tendenzen unterschiedlich ausgeprägt. Die Magazin-SchreiberInnen recherchieren bedingt und sind nicht so sehr an tagespolitische Geschehnisse gebunden. Im Online-Bereich ist der Artikel meist Nebensache und die pointierte Überschrift steht im Mittelpunkt, weswegen Recherche auch hier einen eher geringen Stellenwert hat. Journalistische Werte, die sich jedoch durchaus wiederfinden, sind ein gewisser Anspruch an Wahrheit sowie die gesellschaftliche Relevanz, Aktualität und die Ambition, Neuigkeiten zu präsentieren. Die meisten der BühnenkabarettistInnen informieren sich umfassend, um auf aktuelle Geschehnisse reagieren zu können und lassen teilweise sogar Stellen im Programm für etwaige Zwischenfälle frei. Allgemein gleicht die grundsätzliche Arbeitsweise der von JournalistInnen. Die interviewten SatirikerInnen gaben an sich umfassend und vielfältig zu informieren und das politische Geschehen, sowie die Stimmung in der Bevölkerung rund um die Uhr zu beobachten. Interessanter- und für die Autorin unerwarteterweise, sprachen einige der SatirikerInnen von dem Versuch eine gewisse Distanz zu wahren und hatten teilweise eine Art Objektivitätsanspruch. Zwar hat ihre Arbeit einen individuellen Ausgangspunkt, dennoch waren einige bemüht eine unabhängige Perspektive einzunehmen, um nicht nur die eigene Meinung zu vertreten. Der Kabarettist S15 sprach von einer Bühnenfigur, die er erschaffen habe, weswegen er versuche Themen auszuwählen, die nicht nur ihn aufwühlen, sondern gesellschaftlich relevant und noch möglichst neu sind. Trotz der Übereinstimmungen in der Arbeitsweise bezeichnen sich 23 der Befragten als KünstlerInnen, wenn sie sich zwischen der Kunst und dem Journalismus entscheiden sollen. Welche Grenzen werden hier gezogen?

Inwiefern grenzen sich Satirebetreibende selbst von JournalistInnen ab?

Die Frage „Sehen Sie sich als JournalistIn?“ beantworten nur sechs von sechsunddreißig SatirikerInnen mit „ja“.

Sehen Sie sich als KünstlerIn oder JournalistIn?

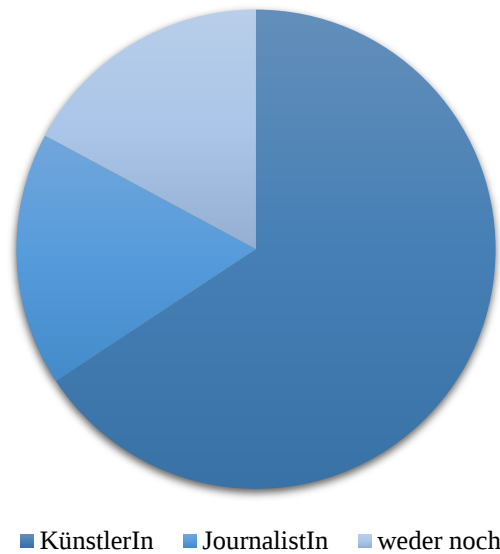


Abb. 6: Verteilung der KünstlerInnen/ JournalistInnen

Dabei erfüllen sie, wie zuvor beschrieben, ähnliche und teilweise sogar gleiche Funktionen. Dennoch wollen die meisten der befragten SatirikerInnen nicht im Bereich des Journalismus angesiedelt sein. Nur ein Drittel der Interviewten betrachtet Satire selbst als Teil des Journalismus, als „Baustein, der Teil der Meinungsbildung ist“ (S9, Cartoonistin) oder sehen Überschneidungen und Mischformen. Interessant ist die Überlegung des Autors S19, dass Satire zwar journalistisch sein kann, Journalismus aber nicht satirisch, da ein Medium so seine Glaubwürdigkeit einbüße. Glaubwürdigkeit ist ein Unterscheidungskriterium hinsichtlich der Differenzierung von JournalistInnen und SatirikerInnen. Kreativität und Humor sind den Befragten zufolge nicht typisch journalistisch. Das Bild, das SatirikerInnen vom Journalismus haben, ist das eines/ einer objektiven, informativen und Fakten präsentierenden JournalistIn, von dem sie sich distanzieren, da Satire eine subjektive Ausgangslage hat, die sich nicht mit den journalistischen Ansprüchen der SatirikerInnen vereinbaren lassen.

Auffällig ist das sehr negative Bild, dass Satirebetreibende auf verschiedenen Ebenen von JournalistInnen haben. Eine Ebene ist die persönliche Erfahrung (ausschließlich von

KabarettistInnen) mit JournalistInnen bei Zeitungskritiken des eigenen Programms, die des Öfteren falsch oder unvollständig waren. Hier wurden von den Befragten auch Veränderungen in der Qualität der Berichterstattung beobachtet:

[...] jetzt wird's tatsächlich wenig schmeichelhaft für den Berufsstand des Journalisten. Ich habe in der Tat, auch an meinem eigenen Leibe, immer wieder – leider – seit 20 Jahren jetzt die Erfahrung machen müssen, in deutschen Zeitungen über mich Scheiße lesen zu dürfen. Erfundener Dreck. Sachen die entweder falsch zugehört wurde, also Zitate, die nicht stimmen. Teilweise auch Zitate die schriftlich vorliegen wo man sagt, wie kann man das nicht lesen? Oder auf der Bühne, Sachen, die mir unterstellt werden, die ich so nicht gesagt habe. (S12, Kabarettist).

Eine Kabarettistin berichtet nicht nur von einer Verschlechterung der Qualität, sondern einer fragwürdigen journalistischen Praxis: „Sagen wir so, es kommen immer wieder Journalisten zu den Premieren natürlich. Leider Gottes hab ich einmal beobachtet, dass einer in der Pause gegangen ist und dann aber über den zweiten Teil geschrieben hat.“ (S27, Kabarettistin). Andere sind dem Journalismus gegenüber eher skeptisch eingestellt und vermissen journalistische Werte.

Ich glaube eher es wär wichtig sich auf ganz alte journalistische Tugenden rückzubedenken, sprich unbeeindruckt, unbeeinflusst hinzuschauen. Also sozusagen das Kapitel 1/ 1a im Buch Journalismus zu beachten. Etwas was ein bisschen verloren gegangen ist in manchen Online-Bewegungen, wo einfach Laien oder Blogger oder was auch immer plötzlich Meinungen machen, journalistische Arbeit machen ohne Journalisten zu sein und ohne journalistisch zu arbeiten. (S24, Cartoonist).

Sagen wir so ich hab ein eher schwieriges Verhältnis zum Tagesjournalismus, weil ich mir denke, es wäre halt irgendwie / es entsteht immer so Gereiztheit in allem, also die müssen halt jeden Tag irgendwas füllen und wie soll man sagen, auch wenn es keine Nachrichten gibt. (S19, Autor Online-Satire).

Es gibt aber auch Satirebetreibende, die sich dem Journalismus zugehörig fühlen und der satirischen Arbeit eine unterstützende Funktion zuschreiben und diese Unterstützung auch vorantreiben. Immerhin sechst der Befragten sehen sich eher als JournalistIn denn als KünstlerIn, wobei zwei davon eine journalistische Ausbildung haben und auch teilweise noch in diesem Bereich arbeiten. Den großen Unterschied sehen SatirikerInnen in der Dichotomie von Objektivität und Subjektivität. JournalistInnen hätten einem Objektivitätsanspruch zu

folgen, sie dagegen seien völlig frei in ihren Meinungsäußerungen. Zudem bildet Journalismus eine Informationsquelle, auch, wenn sich einige SatirikerInnen ihre Informationen nicht aus einem Medium, sondern unter Umständen unmittelbar von dem/der JournalistIn selbst holen. Die Kreativität und vor allem die Freiheit, nicht an die Wahrheit gebunden zu sein, ist für viele ein großes Unterscheidungskriterium, da Kreativität und Journalismus für viele unvereinbar ist. Kann Satire demnach überhaupt im Journalismus verortet werden?

Die Verortung der Satire im Journalismus

Wie können Satirebetreibende innerhalb des journalistischen Feldes eingeordnet werden?

Kann Satire überhaupt als Teil des Journalismus gesehen werden? Wo und wie sind die beiden

Bereiche miteinander verbunden? Ein österreichischer Satiriker beschreibt die Verbindung von Satire und Journalismus wie folgt:

Ich hab mal eine Kolumne geschrieben über den Kolumnisten also quasi über mich selbst, über eine meiner vielen Nebentätigkeiten aus denen mein Hauptberuf sich zusammensetzt. (...) Da habe ich den Kolumnisten - und da ist der Satiriker genauso - einen Nachrichtenreduzenten genannt. Also so der Regenwurm des Nachrichtenbetriebs. Also er produziert keine Meldungen, sondern er verarbeitet sie und verdaut sie. Ist auch in dem oben erwähnten Buch drin, ist ein sehr gutes Buch, Sie sollten sich's kaufen (lacht) - Werbeeinschaltung aus - jedenfalls also das trifft glaub ich ganz gut. Ohne Informationen kann der Satiriker, Kabarettist, Kolumnist, wie Sie ihn immer nennen wollen, Humorist, nicht arbeiten. Also der Journalist bereitet quasi den Boden dafür auf dem ich Blüten treiben kann. Insofern ist der Investigativjournalismus - also wir reden hier von Journalismus, also nicht von der Kronenzeitung - ist der investigative Qualitätsjournalismus der gute Freund der Satire. Weil die Satire kann wiederum aus den Informationen des Journalisten Schlüsse ziehen, die der Journalist aufgrund seines Objektivitätsgebots und seines Berufsethos, wenn er denn eines hat, nicht ziehen darf. (S29, Kabarettist)

Satirebetreibende brauchen demnach journalistische Information, um auf diese zu reagieren.

Sie kommentieren vorhandene Nachrichten, bringen sie in neue Zusammenhänge und

hinterfragen sowohl die Nachrichten selbst, als auch ihre LieferantInnen. Das disqualifiziert

sie jedoch nicht von einer grundsätzlichen journalistischen Tätigkeit. Satire und Journalismus

teilen sich Funktionen wie die der Kritik- und Kontrolle, der Meinungsbildung, der

Orientierung. Eine direkte Verortung im journalistischen Feld – folgt man Bourdieu – ist

dennoch schwierig. Die Satirebetreibenden folgen im Gegensatz zu den meisten

JournalistInnen keinen festgelegten Standards und auch die gemeinsamen Werte und Normen

sind nur grob umrissen und unterliegen einer künstlerischen Freiheit. Sie folgen nur selten

Routinen und das Ergebnis ihrer Arbeit kann sich grundlegend von einem vorhergehenden

Unterscheiden. Da sie eine sehr große thematische Freiheit genießen und fast gänzlich

ungebunden arbeiten können, kann keine allgemeine Einordnung vorgenommen werden. Sie

bewegen sich zwischen dem Feld des Journalismus und dem Feld der Kunst. Man kann von einem vorhandenen journalistischen Grund-Potenzial sprechen, eine allgemeine Verortung ist jedoch nach dieser Erhebung nicht möglich. Dies liegt unter anderem daran, dass die Bereiche der Satire, die hier untersucht wurden, sehr unterschiedlich sind und eine allgemeine Profession *Satire* nicht existiert. Es fehlen folglich berufliche Grenzen, die es möglich machen, die Befragten in irgendeiner Form auf einen Nenner zu bringen. Unter Verwendung des Modells nach Örnebring et al. (2018) ist es aber möglich sie grob anhand des vorhandenen Kapitals einzuordnen. SatirikerInnen haben demnach eine niedrige materielle Sicherheit, einen geringen Zugang zu Ressourcen, aber ein hohes journalistisches Kapital (2018, S. 415) und haben demzufolge im *space of journalistic work* einen Platz und sind somit zeitgleich Teil des journalistischen Feldes. SatirikerInnen folgen also teilweise einer journalistischen *doxa*, können aber nicht zweifelsfrei in ein rein journalistisches Modell integriert werden. Auch die Entgrenzungsüberlegungen führen hier nicht weiter, da bei den meisten feld- oder entgrenzungstheoretisch geleiteten Studien von einer grundlegenden journalistischen Absicht oder recht klar journalistisch definierten Form ausgegangen wird, die bei den befragten Satirebetreibenden nicht gegeben ist.

Inwiefern gibt es länderspezifische Unterschiede der Satirebetreibenden?

Ausgangspunkt beziehungsweise ursprüngliche Idee der Arbeit war ein Vergleich der Satire der deutschsprachigen Länder. Aus einem Mangel an Kenntnissen hinsichtlich der satirischen wie auch journalistischen Landschaft einerseits und dem zeitlichen und ressourcenbedingten Rahmen andererseits, musste auf die Hinzunahme der Schweiz leider verzichtet werden. Aufgrund der Anzahl der Interviews, die umfassender ausfiel als geplant, werden nur tendenzielle Auffälligkeiten länderspezifischer Unterschiede genannt.

Einen Unterschied sehen Satirebetreibende in der Art des Humors. Während in Österreich der sogenannte „Schmäh“ vorherrscht, sei der Deutsche Humor eher in Richtung

Frankfurter Schule anzusiedeln. Österreichische KarikaturistInnen verweisen oft auf den angenehmen überschaubareren Medienmarkt, in dem jede/r jede/n kenne und sich der Konkurrenzdruck deshalb in Grenzen hielte. KabarettistInnen sind in Deutschland ortsgebundener als ihre KollegInnen in Österreich, da die Dialektvielfalt sich in Österreich nicht in dem Maße auf die Arbeit auswirkt, wie das in Deutschland der Fall ist. Ein weiterer Unterschied und problematischer Aspekt bei der Erhebung besteht in der Überschneidung der Arbeitsfelder. Deutsche Satirebetreibende lassen sich leichter „kategorisieren“. In Österreich arbeiten viele der Befragten sozusagen an allen Fronten. Sie sind KabarettistInnen, AutorInnen und Radio-KolumnistInnen in einem. In Deutschland schreiben KabarettistInnen unter Umständen ebenfalls mal eine Kolumne, aber bei den meisten kann man die Arbeit recht sauber trennen. Meinungsspezifische Unterschiede oder tatsächliche berufliche Unterschiede konnten nicht festgestellt werden. Bei satirischen Funktionen, Aufgaben oder auch der Arbeitsweise verschwinden die Landesgrenzen weitgehend.

Das Gruppeninterview

Das Gruppeninterview soll getrennt von den anderen Befragungen betrachtet werden. Nicht allein der erhöhten Beteiligung wegen, sondern weil sich die befragte Gruppe auch in der gesamten Struktur und Arbeitsweise von den anderen Satirebetreibenden unterscheidet. Wie schon in der Methode beschrieben wurde die Autorin zu einer Redaktionssitzung eingeladen und die Größe der Diskussionsrunde war im Vorfeld nicht bekannt, da nicht alle Redaktionsmitglieder öffentlich auftreten. Bei der befragten Gruppe handelt sich um einen satirebetreibenden Verein, welcher in unterschiedlicher Zusammensetzung und je nach zeitlichen Ressourcen ehrenamtlich Satire produziert. Die Form der Satire variiert ebenso, wie die Personalfrage. Die satirische Arbeit reicht von tagespolitischen Postings in Sozialen Medien über Bücher bis zu öffentlichen Auftritten und Lesungen. Nicht alle arbeiten an allen Projekten mit, mal wird zusammengearbeitet, mal eher allein. Wichtig ist, dass die

Diskussionskultur der Gruppe nicht verloren geht. Denn „Es gibt kein Manifest. Die Frage was wir eigentlich tun ist eine, die sich uns auch immer wieder auf's Neue stellt. Also die ist sehr häufig bei uns Thema, 'ok, was machen wir jetzt eigentlich?'“ (B2). Hinter den satirischen Projekten steht kein wirtschaftliches Interesse, aber auch kein festgelegtes langfristiges Ziel. Wichtig ist den Beteiligten, dass sie miteinander arbeiten, dass sie gemeinsam satirisch tätig sind und sie auch bis zu einem gewissen Grad nutzt, um beispielsweise dem eigenen Ärger über gesellschaftliche Zustände Luft zu machen und so – unter Zuhilfenahme ästhetischer Darstellungsformen - „seine Sicht der Dinge, die eigene Sicht der Dinge anderen vorzustellen“ (B1). Sie sehen sich nicht als JournalistInnen, aber auch nicht unbedingt als KünstlerInnen, obwohl sie alle „Ästheteten“ sind:

Diese Lust an Schönheit in der Sprache, an lustigen, schönen, ansprechenden, grausligen, aber jedenfalls ästhetischen Bildern, Bildmontagen, Büchern, Auftritten, diese ganze performative Geschichte - das hat einen ganz starken ästhetischen Trieb bei uns allen. (B5)

Journalismus dient bei ihrer Arbeit als Informationsquelle und Vorlage für Nachrichtenparodien. Sie sehen den Einfluss der Satire mehr im Schaffen eines verbindenden Moments von gleichen Meinungen und auch in einer spannungslösenden Funktion. Auch ein kritisches Potenzial wird diskutiert und damit zusammenhängend die eigene Positionierung, die sich durch gewisse Grenzen, welche nicht überschritten werden und gewisse Ideale, an denen man festhält, ergibt. Diskutiert wurde im Gespräch die Möglichkeit einer politisch rechten Satire, die leider zu keinem eindeutigen Schluss gebracht wurde, da die Definitionsfrage was denn Satire eigentlich sei beziehungsweise nicht sei, im Rahmen des Gespräches nicht geklärt werden konnte. Aber auch hier kristallisieren sich wesentliche Punkte – übereinstimmend mit jenen der Einzelinterviews – heraus: „Auf die Schwachen hinzubecken“ (B2) und sie zu verspotten sei zweifelfrei nicht Teil der Satire. Kritisches Hinterfragen und reflektieren sieht die Gruppe als ebenso wichtig an, wie ins Blaue hinein lustige Geschichten zu erfinden. Satirische Texte können einen Wahrheitsanspruch haben, sie

müssen aber nicht, das entscheidet jedes Mitglied der Gruppe je nach Art der Satireproduktion. Als JournalistInnen sehen sie sich nicht – hier besteht kein Diskussionsbedarf.

Spannend an dieser Diskussionsrunde war vor allem, dass das satirische Arbeiten selbst und auch die eigene Rolle innerhalb des Vereins durch die Arbeit innerhalb der Gruppe immer wieder diskutiert wird. Die Form in der hier gearbeitet wird, kann übertragen werden auf die gesamte satirische Rollenfindung. Mit jedem neuen Projekt müssen die eigenen Grenzen neu definiert werden, die persönlichen Ziele neu gesteckt werden. Da es kein einheitliches Berufsbild existiert finden Normierungsprozesse und das Aushandeln von gewissen Standards also ebenfalls immer wieder neu statt, da bislang nur wenig tatsächliche Regeln und Werte innerhalb einer satirischen Arbeitswelt etabliert werden konnten. Dies spricht für die Einordnung der Satire in einen Bereich der Kunst, der weitgehend frei von Regulierungen und Bestimmungen ist. Rückblickend auf den Versuch der Einordnung im journalistischen Bereich zeigt dies das Dilemma, in dem man sich befindet, versucht man die Satire eindeutig zuzuordnen. Nicht nur, dass es kaum Grenzen gibt, an denen man sich orientieren kann, die satirische Arbeit jedes/ jeder Einzelnen ist einer ständigen Ausdifferenzierung unterworfen, die es sehr schwierig macht, eine allgemeine Aussage zu treffen.

Diskussion und Conclusio

Ausgangsüberlegung der Arbeit war die Frage nach dem Rollenselbstverständnis satirischer AkteurInnen und ihrer Position beziehungsweise der Position der politischen Satire in einem journalistischen Feld. Satire und Journalismus sind unbestreitbar miteinander verbunden. Die Satirebetreibenden sind sich einig, dass es Satire nicht ohne (politischen und/ oder investigativen) Journalismus geben kann. Sie beziehen ihre Informationen aus journalistischen Produkten, nutzen Journalismus als Parodievorlage oder sehen Medienkritik als Teil ihrer Aufgabe. Dementsprechend ist ein Vorwissen und die Informiertheit des Publikums ein Muss, um Satire zu verstehen. Satire und Journalismus befinden sich also in einem Abhängigkeitsverhältnis. Überdies gleicht sich die Arbeitsweise von JournalistInnen und SatirikerInnen. Beide müssen Recherchieren, beide müssen das aktuelle Tagesgeschehen verfolgen, beide richten sich mit den Ergebnissen ihrer Arbeit an eine Öffentlichkeit und wollen gehört werden. Im Gegensatz zu JournalistInnen müssen Satirebetreibende dafür allerdings auf andere Zugänge zurückgreifen. Zum einen wird der Journalismus selbst zur Quelle, zum anderen werden darüber hinaus verschiedenste Möglichkeiten genutzt, um ein allumfassendes Bild eines Geschehnisses zu erhalten und sich so eine Meinung zu bilden, die dann in ein satirisches Produkt transformiert werden kann.

Eine Besonderheit weist die österreichische Kabarettszene hinsichtlich der Informationsbeschaffung auf: einige KabarettistInnen arbeiten mit InvestigativjournalistInnen zusammen, um den schon angesprochenen Ressourcenzugang und auch neue beziehungsweise andere Informationen zu erhalten. Grundsätzlich bereitet Satire Informationen anders und daher oft verständlicher auf als (rein) journalistische Produkte. Satire kann daher zumindest teilweise als Bestandteil des Journalismus gesehen werden, da sie journalistische Funktionen erfüllen und eine gute Ergänzung zur journalistischen Berichterstattung bieten kann. Satirebetreibende orientieren sich an journalistischen Werten wie Aktualität, gesellschaftlicher Relevanz und haben außerdem den Anspruch, die aufgegriffenen

Thematiken kritisch zu beleuchten. Auch SatirikerInnen, die ihrer Arbeit keine oder nur sehr wenig Wirkung zusprechen und sich als UnterhalterInnen sehen, halten sich oft an Fakten und recherchieren Sachverhalte, um der Wahrheit trotz allem möglichst nahe zu bleiben. Satire kann also durchaus eine *Zusatzinformationsfunktion* erfüllen, die allerdings ein teilweise informiertes oder zumindest interessiertes Publikum voraussetzt, welches bereit ist bei Bedarf eigenständig weitere Informationen einzuholen. Für einige SatirikerInnen liegt der Fokus explizit auf Aufklärung und Information, dies reicht von eigens eingerichteten Online-Seiten mit weiterführenden Informationen bis zu eigener investigativer Recherche. Satire birgt viel Potenzial, gerade in Zeiten der Glaubwürdigkeitskrise des Journalismus und des Bedürfnisses nach anderen, alternativen Formen der Information. Sie darf und kann nicht ohne weiteres in die Ecke der „einfachen“ Unterhaltung gedrängt werden und wird sich dort wohl auch nicht ohne Gegenwehr hindrängen lassen.

Nach der Befragung der Satirebetreibenden können die Forschungsfragen leider nicht eindeutig beantwortet, aber dennoch Tendenzen festgestellt werden. SatirikerInnen können keiner Berufssparte eindeutig zugeordnet werden. Sie selbst sehen sich teilweise als reine UnterhalterInnen, teilweise als SatirikerInnen mit gesellschaftskritischem Anspruch und teilweise explizit als JournalistInnen. Die Beschreibung der eigenen Arbeitsweise zeigt, dass die Befragten aktuelle Ereignisse verfolgen, verwerten und kommentieren. Recherche ist bei fast allen ein fester Bestandteil der Arbeit und wird als Anknüpfungs- und Verbindungspunkt zum Journalismus gesehen. Die grundlegende Unterscheidung zwischen Satire und Journalismus sehen die Interviewten zum einen bei dem normativen Anspruch der Objektivität, den JournalistInnen erfüllen sollen, während sie selbst Kommentare und subjektive Einschätzungen zu Geschehnissen zur Verfügung stellen. Zum anderen weisen nahezu alle Befragten darauf hin, aus einer individuellen Perspektive aus zu handeln und keinen Anspruch an ein breites Meinungsbild zu haben, sondern Wert darauf legen, die eigene Meinung zu bestimmten Thematiken an ein größeres Publikum zu richten. Dennoch gibt es

den Anspruch das Publikum dadurch zumindest zum Nachdenken anzuregen. Nur sehr wenige sagen, dass sie tatsächlich gar nichts erreichen wollen. Dementsprechend schreiben nahezu alle Interviewten der Satire eine Wirkung zu, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß. Satire wird als Stimmungsbarometer der Gesellschaft wahrgenommen, die zwar keine Revolution entfesseln kann, aber dennoch die Möglichkeit hat, Gegenwind zu erzeugen. Durch die Ungebundenheit der Satire zu einer bestimmten Berufsgruppe oder anderweitigen Regulierungen wie institutionellen Rahmenbedingungen, sind sie in der Lage unterrepräsentierten Themen eine Plattform zu bieten und gedeckt von der Kunstfreiheit, Kritik zu üben, Verfehlungen aufzuzeigen oder andere Blickwinkel zur Debatte zu stellen. Diese Freiheit ist eine ausschlaggebende Motivation der Befragten ihre Arbeit auszuüben. Einige weisen auf eine Verantwortung hin, die mit dieser Freiheit einhergeht und der sich nicht alle Satirebetreibende bewusst sind, aber bewusst sein sollten. Zwar schreiben nicht alle SatirikerInnen ihrer Arbeit eine Wirkung zu, ein Großteil ist aber der Ansicht, dass gerade die satirische Arbeit geleitet sein müsse von der Frage „warum tue ich, was ich tue?“ und damit zusammenhängend dem Bewusstsein über die möglichen Konsequenzen der satirischer Darstellung.

Die interviewten SatirikerInnen können in vier Rollenbildern beschrieben werden, angelehnt an Hanitzsch und Vos (2018). Die vorherrschenden Rollen sind jene der UnterhalterInnen gegenüber jenen, die sich als Teil der kritischen BürgerInnen betrachten und durch ihre Arbeit am Meinungsbildungsprozess der Gesellschaft mitwirken wollen. Einen geringen Teil der Satirebetreibenden fällt eine Informationsvermittlungs-Rolle in Form der Aufarbeitung und Präsentation von Fakten zu, allerdings ebenfalls im Sinne einer kritischen Reflexion und eines möglichen Anregens zu weiterem Denken und Handeln. Die UnterhalterInnen möchten in erster Linie einem Publikum auf humoristische Art ihre eigene Meinung über bestimmte Zustände vermitteln. Trotz allem distanzieren sich auch die UnterhalterInnen von schnellen Witzen oder platten Pointen. Sie wollen unterhalten, aber auf

eine feinfühlige Art, die nicht nur sinnfreies Lachen erzeugt, sondern ebenfalls einen kleinen Nachhall beim Publikum erzeugt. Die Rollen sind also nicht trennbar, sondern fließen ineinander und verschwimmen. Hinzu kommt, dass die satirischen Produkte keiner Routine folgen und die Rolle von Darstellung zu Darstellung wechseln kann. Wie schon angesprochen gibt es kaum Fixpunkte, die eine Orientierung ermöglichen, sondern nur einen sehr groben Rahmen, der ebenfalls von gesellschaftlichen Veränderungen abhängig ist.

Bestand hat jedoch die schon angesprochene Verbindung zum Journalismus ebenso, wie eine Verbindung zur Kunst. SatirikerInnen können als journalistische AkteurInnen auftreten, eine allgemeine Verortung der Satire im journalistischen Feld ist jedoch nicht möglich. Die wechselnden satirischen Formen sind wie die AkteurInnen selbst in ihrer Arbeit zu unbeständig, als dass sie eindeutig zugeordnet werden könnten. Sie halten sich immer am Randbereich des Feldes auf und überschreiten abwechselnd journalistische wie künstlerische Grenzen. In diesem Bereich sind sie mal mehr dem einen mal mehr dem anderen zugetan und können weitgehend frei ihre Arbeit positionieren. Die Mehrheit der Befragten sieht sich selbst als KünstlerInnen und diese Arbeit kann die Zugehörigkeit der Satire zur Kunst nicht widerlegen. Genau so wenig kann aber eine journalistische Tätigkeit gänzlich verneint werden – Satire ist eine Mischform, die sich beiden Bereichen in unterschiedlichem Maße bedient.

Dies zeigt, dass das Feld der Satire im deutschsprachigen Raum noch viel zu wenig erforscht ist. Selbst unter Einbeziehungen der Studien des englischen Sprachraums weist die Forschung hier noch enorme Lücken auf. Da Humor und Satire jedoch kulturell gebunden sind, müssen gewisse Bereiche überhaupt erst länderspezifisch möglichst in ihrer Gesamtheit erhoben werden, bevor komparativ gearbeitet werden kann. Im Nachhinein ist der Versuch, alle Plattformen im Rahmen einer Magisterarbeit abdecken zu wollen, nicht so gelungen wie zu Beginn vermutet. Jeder der untersuchten Bereiche hat sich als spannend und divers herausgestellt und möglicherweise hätte eine Spezialisierung auf einen der Bereiche deutlichere Erkenntnisse zu Tage gefördert. Der Fragebogen hätte überdies einem längeren

Testlauf unterzogen werden können, um abgestimmter auf die jeweiligen Felder weitere berufsspezifische Fragen zu generieren. Außerdem war es ressourcentechnisch nicht möglich alle Interviews face to face zu führen. Durch die Distanz, die ein Telefoninterview schafft, sind so unter Umständen Ergebnisse verloren gegangen, die durch einen persönlichen Kontakt hätten erhoben werden können. Zwei Interviews mussten aus Zeitgründen leider ganz abgesagt werden, da die Zeitspanne, in der die Interviews geführt wurden, ebenfalls begrenzt war. Mit mehr Zeit und Ressourcen wäre es sicherlich möglich gewesen noch mehr Satirebetreibende zu befragen, da die Bereitschaft zur Beteiligung und auch das Interesse an dieser Art der Forschung erfreulicherweise sehr groß war. Durch die Größe der Bereitschaft wurden mehr Interviews geführt als erwartet, weswegen nicht alle Fragebereiche in aller Ausführlichkeit behandelt werden konnten.

Was zur Vervollkommnung eines möglichen satirischen Feldes oder auch der endgültigen Einbettung in das journalistische Feld fehlt, ist eine eingehendere Betrachtung des Arbeitsumfeldes. Wie ist es zum Beispiel um die Verdienstmöglichkeiten von SatirikerInnen bestellt? Gibt es hier Unterschiede zwischen SatirikerInnen, die sich zu Unterhaltungsformaten rechnen und jenen, die sich einer aufklärerischen Satire verschrieben haben? Wie arbeiten SatirikerInnen innerhalb einer Organisation wie dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen im Gegensatz zu BühnenkabarettistInnen, die keine oder kaum Berührungspunkte mit einer Organisation haben? Zwar wurde die Arbeitsweise erfragt, aber zu ungenau auf diese Verhältnisse eingegangen. Einige KabarettistInnen sprachen beispielsweise über Gehaltsunterschiede von JournalistInnen und SatirikerInnen oder den Problemen von Verträgen mit Organisationen. Zukünftig könnte der Fragebogen dahingehend erweitert werden. Außerdem könnte auf Basis der Untersuchung eine quantitative Studie angelegt werden, die – ähnlich der Studie von Knieper – den Versuch eines umfassenden Verständnisses des Rollenverständnisses von ProduzentInnen satirischer Formate anstrebt. Dies wäre auch hinsichtlich einer möglichen Unterstützung oder Zusammenarbeit mit

JournalistInnen (wie das bereits vereinzelt der Fall ist) relevant. Die schon angesprochenen Einzelfälle könnten genauer beleuchtet werden. Es wäre auch interessant, das Augenmerk auf die „junge Generation“ der SatirikerInnen oder die Nachwuchstalente zu legen, da die etablierten Satirebetreibenden in der Regel mittleren Alters sind, was einerseits positiv ist, da sie meist schon mehr Berufserfahrung mitbringen, was auch zeitgleich einen Nachteil darstellt, da manche ihre anfänglichen Idealvorstellungen mittlerweile angepasst haben. Eine Betrachtung der Unterschiede „jung versus alt“ könnte spannende Ergebnisse liefern.

Ein großes Problem sind die wenigen weiblichen TeilnehmerInnen der Befragung, was zum Teil auf eine mangelnde Planung der Auswahl der InterviewpartnerInnen zurückgeführt werden kann. Auch hier könnten zukünftige Forschungen ansetzen und sich verstärkt mit dem Geschlechterunterschied in der Satire beschäftigen. Einige Satirikerinnen wurden dahingehend befragt (allerdings nicht ausführlich, weswegen dies in der Auswertung nicht näher betrachtet wurde). Eine Karikaturistin äußerte die Vermutung, dass Frauen

[...] nicht so ätzend sein wollen, nicht so verletzen wollen. Und Männer tun das ja unter sich auch gerne. Also man erspart einander nichts. Und sie sind auch besser im Einstecken. Und vielleicht ist das so eine (...) eine Projektion von Frauen, dass sie wissen wie unangenehm ätzende Kritik sein kann und drum will man das jemand anderem auch nicht so zumuten. Das könnte ein Grund sein, warum Frauen in diesem Bereich sich weniger etablieren. Andererseits ist es ja noch nicht so lange her, dass Journalismus ein extremer Männerbereich war und es tauchen ja auch in anderen journalistischen Bereichen erst jetzt Frauen auf, gerade im Bereich der Chefredaktion oder so [...] Ja und ich denk mir es ist auch hier eine Frage der Zeit. (S23, Karikaturistin)

Eine Kabarettistin sah einen möglichen „männlichen“ Geltungsdrang als Motiv, war aber auch der Meinung, man solle bei jenen nachfragen „die es nicht machen, weil ich mach’s eh, ich geh eh rauf [auf die Bühne].“ (S27). Sie sah überdies aber generelle Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Kabarettistinnen hinsichtlich der Bühnenperformance:

Da ist mir bewusst geworden oder aufgefallen, dass wir Frauen es schwieriger haben, Gewaltausdrücke auf der Bühne zu verwenden. Also wenn ich jetzt nur hernehme 'Arschloch' als Beispiel (...) fällt mir auf ein Mann kann das schneller mal sagen auf einer Bühne und es kann immer noch "charmant bleiben". Wenn eine Frau 'Arschloch' auf der Bühne sagt, denken sie sofort 'äh, vulgär', 'tief'. Mein Paradebeispiel ist der

Niavarani. Der kann alles auf einer Bühne sagen. Das ist wirklich ein Phänomen. Der kann scheiße, ficken, pudern, Arsch, der kann alles sagen und es ist auch für mich, nicht nur für mich für tausend andere auch, immer nur lustig und nicht, dass man sich denkt 'mmh ich weiß nicht'. Ich tu mir da nicht so leicht. Und solche Wörter kämen mir auch öfters über die Lippen, das hab ich aber dann wirklich reduziert, weil ich gemerkt hab, aha, wird von Frauen nicht so gerne gehört. (S27, Kabarettistin)

Leider können lediglich Vermutungen geäußert werden, da es noch keinerlei Forschung in diese Richtung gibt. Ein Blick auf Genderunterschiede und auch Motivationen könnte also durchaus interessante Erkenntnisse liefern. Aufgrund des Umfangs der Arbeit konnten leider nicht alle Themen der Interviews besprochen werden. Weitere interessante Punkte, über die mit den Befragten gesprochen wurde, waren die Wichtigkeit von Grenzen und deren Auslotung, die persönlichen Grenzen der Satirebetreibenden, die Verbindung von Fake News und Satire und gute wie schlechte Veränderungen im Journalismus. Jedes einzelne Gespräch war interessant und aufschlussreich.

Zu Bedenken ist außerdem, dass es sich bei den erfragten Rollenbildern um sogenannte narrative Rollen handelt (Hanitzsch und Vos 2017). Ob und in wie weit die tatsächliche praktische Rolle mit der narrativen übereinstimmt müsste in einem weiteren Forschungsvorhaben erhoben werden. Es ist durchaus möglich, dass die Satirebetreibenden anders agieren als sie dies selbst einschätzen und erzählen. Um hier ein eindeutigeres Bild zu erhalten, wäre ein Vergleich der satirischen Produkte mit den Aussagen der SatirikerInnen notwendig um mögliche Differenzen feststellen und das Rollenbild vervollständigen zu können. Zu vermuten ist, dass die Satirebetreibenden sich teilweise *unter Wert* verkaufen, da sie durchaus in der öffentlichen Meinungsbildung mitwirken, wenn auch nicht zwingend bewusst oder gewollt.

Schlussendlich zeigen die vielen noch offenen Möglichkeiten, dass satirische Produkte, sowohl aus allgemeiner Perspektive wie auch aus Sicht der Journalismusforschung, noch nicht ausgiebig erforscht wurden. Es mangelt nicht nur an Forschungsergebnissen, sondern auch an Modellen und etwaigen Definitionen. Das Potenzial der Satire sollte aus

journalistischer Sicht nicht unterschätzt werden und die Forschung sollte den Bereich der Unterhaltung um die Satire erweitern. Satirebetreibende spielen hier vor allem eine Rolle, weswegen die Aufmerksamkeit nicht nur auf inhaltsanalytischen Untersuchungen der Formate liegen sollte, sondern die AkteurInnen ebenso in die Forschung miteinbezogen werden sollten.

Literaturverzeichnis

- Altmeppen, Klaus-Dieter (2007): Differenzierung und Distinktion. Journalismus, unterhaltender Journalismus, Unterhaltungsproduktion. In: Scholl, A./ Renger, R./ Blöbaum, B. (Hg.): Journalismus und Unterhaltung, S. 133–156.
- Averbeck-Lietz, Stefanie; Meyen, Michael (Hg.) (2016): Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer VS (Springer NachschlageWissen).
- Bailey, R. (2018): When journalism and satire merge: The implications for impartiality, engagement and 'post-truth' politics - A UK perspective on the serious side of US TV comedy. In: *European Journal of Communication* 33 (2), S. 200–213.
- Bärnthaler, T./ Bauer, P. (2018): "Spaß kann Dinge nicht heilen, aber erträglicher machen, was eigentlich nicht zu ertragen ist". Ein Gespräch über humoristische Wirkungstreffer in Zeiten des politischen Irrsinns. In: Friedmann, J./ Rebmann, R./ Schaub, T. (Herausgeber) (Hg.): Süddeutsche Zeitung Magazin. München: Verlagsgesellschaft Süddeutsche Zeitung, S. 10–17.
- Baym, G. (2007): Crafting New Communicative Models in the Televisual Sphere. Political Interviews on The Daily Show. In: *The Communication Review* 10, S. 93–115.
- Baym, G. (2009): Stephen Colbert's Parody of the Postmodern. In: J. Gray, J. P. Jones und E. Thompson (Hg.): Satire TV. Politics and comedy in the post-network era. New York: NYU Press, S. 124–144.
- Beavers, S. L. (2011): Getting Political Science in on the Joke: Using The Daily Show and Other Comedy to Teach Politics. In: *Political Science and Politics* 44 (2), S. 415–419.
- Beck, Klaus; Büser, Till; Schubert, Christiane (2013): Medialer Habitus, mediales Kapital, mediales Feld - oder: vom Nutzen Bourdieus für die Mediennutzungsforschung. In: M. Wiedemann T./ Meyen (Hg.): Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft. Internationale Perspektiven. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 234–262.
- Behrmann, Sven (2002): Politische Satire im deutschen und französischen Rundfunk. Würzburg: Königshausen & Neumann GmbH.
- Benson, R. (2013): Nachrichtenmedien als journalistisches Feld: Was Bourdieu zum Neo-Institutionalismus beiträgt - und andersherum. In: M. Wiedemann T./ Meyen (Hg.): Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft. Internationale Perspektiven. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 20–48.
- Berkowitz, Dan; Schwartz, David Asa (2016): Miley, CNN and The Onion. When fake news becomes realer than real. In: *Journalism Practice* 10 (1), S. 1–17.

- Blöbaum, Bernd (1994): Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-322-94206-7>.
- Bosshart, Louis (2007): Information und/ oder Unterhaltung? In: Scholl, A./ Renger, R./ Blöbaum, B. (Hg.): Journalismus und Unterhaltung, S. 17–29.
- Brewer, Paul R.; Marquardt, Emily (2007): Mock News and Democracy: Analyzing The Daily Show. In: *Atlantic Journal of Communication* 15 (4), S. 249–267. DOI: 10.1080/15456870701465315.
- Brummack, J. (1971): Zu Begriff und Theorie der Satire. In: *Deutsche Vierteljahresschrift für Literaturwissenschaft und Zeitgeschichte* 45 (1), S. 275–377. Online verfügbar unter <https://doi-org.uaccess.univie.ac.at/10.1007/BF03376186>.
- Budzinski, Klaus; Hippen, Reinhard (1996): Metzler Kabarett Lexikon. Stuttgart, Weimar: J.B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung und Carl Ernst Poeschl Verlag GmbH.
- Buschow, Christopher (2018): Die Neuordnung des Journalismus. Eine Studie zur Gründung neuer Medienorganisationen. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Carlson, Matt (2015): Introduction. The many boundaries of journalism. In: Matt Carlson und Seth C. Lewis (Hg.): *Boundaries of Journalism: professionalism, practices and participation*. London, New York: Routledge, S. 1–18.
- Coddington, Mark (2012): Defending a Paradigm by Patrolling a Boundary: Defending a Paradigm by Patrolling a Boundary: Two Global Newspapers' Approach to WikiLeaks. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly* 89 (3), S. 377–396.
- Cohen, Bernard Cecil (1963): *The press and foreign policy*. Princeton, N.J: Princeton University Press (Princeton Legacy Library). Online verfügbar unter <http://www.jstor.org/stable/10.2307/j.ctt183q0fp>.
- Dahrendorf, Ralf (2017 [1962]): HOMO SOCIOLOGICUS. Ein Versuch zur Geschichte, Bedeutung und Kritik der Kategorie der sozialen Rolle. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 69 (1), S. 159–214. DOI: 10.1007/s11577-017-0413-x.
- Degen, Matthias (2004): *Mut zur Meinung. Genres und Selbstsichten von Meinungsjournalisten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Deuze, M. (2005): What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. In: *Journalism* 6 (4), S. 442–463. Online verfügbar unter DOI: 10.1177/1464884905056815.

- Deuze, M.; Witschge, T. (2016): What Journalism Becomes. In: Chris Peters und Marcel Broersma (Hg.): Rethinking Journalism Again. Societal role and public relevance in a digital age. Milton: Taylor and Francis, S. 115–130.
- Dias da Silva, Patrícia; Garcia, José Luís (2012): YouTubers as satirists. Humour and remix in online video. In: *JeDEM - eJournal of eDemocracy & Open Government* 4 (1), S. 89–114.
- Donsbach, W. (2008): Im Bermuda-Dreieck. Paradoxien im journalistischen Selbstverständnis. In: Pörksen, B./ Loosen, W./ Scholl, A. (Hg.): Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis. Wiesbaden: VS, S. 147–164.
- Dörner, Andreas (2001): Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Dörner, Andreas; Vogt, Ludgera (Hg.) (2017): Wahlkampf mit Humor und Komik. Selbst- und Fremdinszenierung politischer Akteure in Satiretalks des deutschen Fernsehens. Wiesbaden: Springer VS.
- Dworschak, M. (2017): Komik ist immer destruktiv. SPIEGEL-Gespräch. In: *Der SPIEGEL*, 2017 (31), S. 116–119.
- Feldman, L. (2013): Learning about Politics From The Daily Show. The Role of Viewer Orientation and Processing Motivations. In: *Mass Communication and Society* 16 (4), S. 586–607.
- Feldman, L.; Young, D. G. (2008): Late-Night Comedy as a Gateway to Traditional News: An Analysis of Time Trends in News Attention Among Late-Night Comedy Viewers During the 2004 Presidential Primaries. In: *Political Communication* 25 (4), S. 401–422. DOI: 10.1080/10584600802427013.
- Feldman, Lauren (2007): The news about comedy. In: *Journalism* 8 (4), S. 406–427. DOI: 10.1177/1464884907078655.
- Gäbler, Bernd (2016): Quatsch oder Aufklärung? Witz und Politik in heute show und Co. Eine Studie der Otto Brenner Stiftung. Hg. v. Otto Brenner Stiftung. Otto Brenner Stiftung. Frankfurt am Main (OBS-Arbeitsheft, 88).
- Gaier, U. (1967): Studien zu Neidhart, Wittenwiller, Brant und zur satirischen Schreibart. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Gieryn, Thomas F. (1983): Boundary-Work and the Demarcation of Science from Non-Science: Strains and Interests in Professional Ideologies of Scientists. In: *American Sociological Review* 48 (6), S. 781. DOI: 10.2307/2095325.

- Görke, Alexander (2007): Argwöhnisch beäugt. Interrelationen zwischen Journalismus und Unterhaltung. In: Scholl, A./ Renger, R./ Blöbaum, B. (Hg.): Journalismus und Unterhaltung, S. 87–115.
- Grimme-Institut (2016): Neo Magazin Royal, Beitrag #Varoufake (ZDF Neo). Hg. v. Grimme-Institut.
- Hanitzsch, T. (2007): Journalismuskultur: Zur Dimensionierung eines zentralen Konstrukts der kulturvergleichenden Journalismusforschung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 55 (3), S. 372–389.
- Hanitzsch, T. (2016): Das journalistische Feld. In: Löffelholz, M./ Rothenberger, L. (Hg.): Handbuch Journalismustheorien. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 281–293.
- Hanitzsch, Thomas; Hanusch, Folker; Mellado, Claudia; Anikina, Maria; Berganza, Rosa; Cangoz, Incilay et al. (2011): MAPPING JOURNALISM CULTURES ACROSS NATIONS. In: *Journalism Studies* 12 (3), S. 273–293. DOI: 10.1080/1461670X.2010.512502.
- Hanitzsch, Thomas; Vos, Tim P. (2017): Journalistic Roles and the Struggle Over Institutional Identity: The Discursive Constitution of Journalism. In: *Communication Theory* 27 (2), S. 115–135. DOI: 10.1111/comt.12112.
- Hanitzsch, Thomas; Vos, Tim P. (2018): Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles in political and everyday life. In: *Journalism* 19 (2), S. 146–164.
- Hanns-Joachim-Friedrichs-Preis für Fernsehjournalismus e.V. (2012): Oliver Welke und Denis Scheck. Online verfügbar unter <http://www.hanns-joachim-friedrichs.de/index.php/preistr%C3%A4ger-2012.html>, zuletzt geprüft am 14.09.2018.
- Hardy, Bruce W.; Gottfried, Jeffrey A.; Winneg, Kenneth M.; Hall Jamieson, Kathleen (2014): Stephen Colbert's Civics Lesson: How Colbert Super PAC Taught Viewers About Campaign Finance. In: *Mass Communication and Society* 17, S. 329–353.
- Harrington, S. (2012): The Uses of Satire: Unorthodox News, Cultural Chaos and the Interrogation of Power. In: *Journalism: Theory, Practice and Criticism* 13 (1), S. 38–52.
- Hmielowski, Jay D.; Holbert, R. Lance; Lee, Jayeon (2011): Predicting the Consumption of Political TV Satire: Affinity for Political Humor, The Daily Show, and The Colbert Report. In: *Communication Monographs* 78 (1), S. 96–114. Online verfügbar unter DOI: 10.1080/03637751.2010.542579.
- Janisch, Wolfgang (2017): "Zeit"-Journalisten scheitern mit ihrer Klage gegen ZDF. In: *Süddeutsche Zeitung*, 10.01.2017. Online verfügbar unter <https://www.sueddeutsche.de/medien/urteil-des-bundesgerichtshofs-zeit-journalisten-scheitern-mit-ihrer-klage-gegen-zdf-1.3326810>, zuletzt geprüft am 15.09.2018.

- Jones, J. P. (2010): *Entertaining Politics. Satiric Television and Political Engagement*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Kakutani, Michiko (2008): Is Jon Stewart the Most Trusted Man in America?, 15.08.2008. Online verfügbar unter <https://www.nytimes.com/2008/08/17/arts/television/17kaku.html>, zuletzt geprüft am 01.11.2018.
- Kepplinger, H. M. (2011): *Journalismus als Beruf*. Wiesbaden: VS.
- Kilby, Allaina (2018): Provoking the Citizen. Re-examining the role of TV satire in the Trump era. In: *Journalism Studies* 19 (13), S. 1934–1944. DOI: 10.1080/1461670X.2018.1495573.
- Klaus, Elisabeth; Lünenborg, Margret (2002): Journalismus: Fakten, die unterhalten - Fiktionen, die Wirklichkeiten schaffen. Anforderungen an eine Journalistik, die dem Wandel des Journalismus Rechnung trägt. In: Irene Neverla, Elke Grittmann und Monika Pater (Hg.): *Grundlagentexte zur Journalistik*. Unter Mitarbeit von Dieter Roß. Konstanz: UVK Verl.-Ges (UTB Medien- und Kommunikationswissenschaft, 2356), S. 100–116.
- Kleinen-von Königslöw, K. (2013): Politische Kommunikation zwischen Information und Unterhaltung: eine Analysematrix. In: N. Gonser (Hg.): *Die multimediale Zukunft des Qualitätsjournalismus*. Wiesbaden: Springer, S. 35–51.
- Kleinen-von Königslöw, K. (2014): Politischer Humor in medialen Unterhaltungsangeboten. In: M. Dohle und G. Vowe (Hg.): *Politische Unterhaltung - Unterhaltende Politik. Forschung zu Medieninhalten, Medienrezeption und Medienwirkungen*. Köln: Herbert von Halem Verlag (Unterhaltungsforschung), S. 163–191.
- Kleinen-von Königslöw, Katharina; Keel, Guido (2012): Localizing The Daily Show: The heute show in Germany. In: *Popular Communication* 10 (1-2), S. 66–79.
- Knieper, T. (2002): *Die politische Karikatur. Eine journalistische Darstellungsform und deren Produzenten*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Knop, Karin (2015): *Comedy in Serie. Medienwissenschaftliche Perspektiven auf ein TV-Format*. Bielefeld: Transcript.
- Lazarowicz, K. (1963): *Verkehrte Welt. Vorstudien zu einer Geschichte der deutschen Satire*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Lünenborg, Margreth (2007): Unterhaltung als Journalismus - Journalismus als Unterhaltung. Theoretische Überlegungen zur Überwindung einer unangemessenen Dichotomie. In: Scholl, A./ Renger, R./ Blöbaum, B. (Hg.): *Journalismus und Unterhaltung*, S. 67–85.

- Lynch, O. H. (2002): Humorous Communication: Finding a Place for Humor in Communication Research. In: *Communication Theory* 12 (4), S. 423–445.
- Mayring, Philipp (2015): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 12., überarb. Aufl. Weinheim: Beltz (Beltz Pädagogik). Online verfügbar unter http://content-select.com/index.php?id=bib_view&ean=9783407293930.
- Meier, Klaus (2018): Journalistik. 4. überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH (utb Medien- und Kommunikationswissenschaft, Literaturwissenschaft, 2958).
- Meyen, M. (2009): Das journalistische Feld in Deutschland. Ein theoretischer und empirischer Beitrag zur Journalismusforschung. In: *Publizistik* 54, S. 323–345.
- Meyen, M.; Riesmeyer, C. (2012): Service Providers, Sentinels, and Traders. Journalists' role perceptions in the early twenty-first century. In: *Journalism Studies* 13 (3), S. 386–401.
- Muck, Jonathan (2018): Vertrauen im Journalismus in Zeiten des digitalen Wandels - Eine Analyse aus journalistischer Perspektive. In: Margreth Lünenborg und Saskia Sell (Hg.): Politischer Journalismus im Fokus der Journalistik. Wiesbaden: Springer VS, S. 289–315.
- Neverla, Irene; Grittmann, Elke; Pater, Monika (Hg.) (2002): Grundlagentexte zur Journalistik. Unter Mitarbeit von Dieter Roß. Konstanz: UVK Verl.-Ges (UTB Medien- und Kommunikationswissenschaft, 2356). Online verfügbar unter [http://fox.leuphana.de/portal/de/publications/grundlagentexte-zur-journalistik\(1ef41094-d654-45ba-98af-52a3631ede56\).html](http://fox.leuphana.de/portal/de/publications/grundlagentexte-zur-journalistik(1ef41094-d654-45ba-98af-52a3631ede56).html).
- Nieland, Jörg-Uwe; Kamps, Klaus (Hg.) (2004): Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Nitsch, Cordula; Lichtenstein, Dennis (2013): Politik mal anders: Die Politikdarstellung in „Harald Schmidt“ im Kontrast zur „Tagesschau“. In: *Publizistik* 58, S. 389–407.
- Örnebring, Henrik; Karlsson, Michael; Fast, Karin; Lindell, Johan (2018): The Space of Journalistic Work: A Theoretical Model. In: *Communication Theory* 28 (4), S. 403–423. DOI: 10.1093/ct/qty006.
- Peter, Barbara B. (2015): Satire in journalistischer Mission. Studie zu den journalistischen Leistungen von TV-Kabarettisten als Interviewer. Dissertation. Universität Freiburg (Schweiz), Freiburg. Online verfügbar unter <https://doc.rero.ch/record/257251/files/PeterB.pdf>, zuletzt geprüft am 02.11.2018.
- Peters, C. (2013): ‘Even better than being informed’. Satirical news and media literacy. In: Peters, C./Broersma, M. (Hg.): Rethinking Journalism: Trust and participation in a transformed news landscape. Oxon, New York: Routledge, S. 171–188.

- Pew Research Center (2004): Cable and Internet Loom Large in Fragmented Political News Universe. Perceptions of Partisan Bias Seen as Growing, Especially by Democrats. Washington, D.C. Online verfügbar unter <http://www.people-press.org/2004/01/11/cable-and-internet-loom-large-in-fragmented-political-news-universe/#comedy-shows-matter>, zuletzt geprüft am 18.09.2018.
- Pörksen, B. (2004): Das Problem der Grenze. Die Hintergründige Aktualität des New Journalism - eine Einführung. In: Joan Kristin Bleicher und Bernhard Pörksen (Hg.): Grenzgänger. Formen des New Journalism. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 15–28.
- Pörksen, B.; Scholl, A. (2011): Entgrenzung des Journalismus. Analysen eines Mikro-Meso-Makro-Problems aus der Perspektive der konstruktivistischen Systemtheorie. In: T. Quandt und B. Scheufele (Hg.): Ebenen der Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Porzelt, B. (2015): Humor – Wie „heute show“ und Co. unseren Blick auf Politik verändern. Heinrich-Böll-Stiftung, 27.04.2015. Online verfügbar unter https://www.boell.de/sites/default/files/uploads/2015/04/benedikt_porzelt_humor_und_politik.pdf.
- Quandt, Thorsten; Löffelholz, Martin; Holtz-Bacha, Christina; Blöbaum, Bernd (2005): Journalisten im Netz. Eine Untersuchung journalistischen Handelns in Online-Redaktionen. Teilw. zugl.: Ilmenau, Techn. Univ., Diss., 2004. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Räwel, Jörg (2005): Humor als Kommunikationsmedium. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Reichert, Jo (2009): Die Macht der Worte und der Medien. 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss (Medien - Kultur - Kommunikation). Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-91804-4>.
- Reinhard, E. (2006): Warum heißt Kabarett heute Comedy. Metamorphosen in der deutschen Fernsehunterhaltung. Berlin: LIT.
- Ruß-Mohl, Stefan (2010): Journalismus. Das Lehr- und Handbuch. Frankfurt am Main: Frankfurter Allgemeine Buch.
- Scholl, A. (2002): Journalismus als Gegenstand empirischer Forschung: Ein Definitionsvorschlag. In: Irene Neverla, Elke Grittmann und Monika Pater (Hg.): Grundlagentexte zur Journalistik. Unter Mitarbeit von Dieter Roß. Konstanz: UVK Verl.-Ges (UTB Medien- und Kommunikationswissenschaft, 2356), S. 455–484.

- Scholl, A.; Renger, R.; Blöbaum, B. (2008): Journalismus und Unterhaltung: Theoretische Ansätze und empirische Befunde: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Online verfügbar unter <https://books.google.at/books?id=1ADqW5EukWwC>.
- Scholl, Armin (2018): Die Befragung. 4., bearbeitete Auflage. Konstanz, München: UVK Verlagsgesellschaft (UTB, Medien- und Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Politikwissenschaft).
- Scholl, A./ Renger, R./ Blöbaum, B. (Hg.) (2007): Journalismus und Unterhaltung.
- Siapera, Eugenia; Spyridou, Lia-Paschalia (2012): The Field of Online-Journalism: A Bourdieusian Analysis. In: Eugenia Siapera und Anreas Veglis (Hg.): The Handbook of Global Online Journalism: John Wiley & Sons, Inc., S. 77–97.
- Trappen, S. (2006): Satire. In: Brunner, H./ Rainer, M. (Hg.): Literaturwissenschaftliches Lexikon. Grundbegriffe der Germanistik. 2. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co, 361-.
- Weaver, David H.; Willnat, Lars (Hg.) (2012): The global journalist in the 21st century. New York, NY: Routledge (Routledge communication series).
- Weinacht, Stefan; Hohlfeld, Ralf (2007): Das Hofnarren-Komplott. Deskriptiv-theoretische Herleitung von Entgrenzung und Selbstthematisierung im Journalismus. In: Scholl, A./ Renger, R./ Blöbaum, B. (Hg.): Journalismus und Unterhaltung, S. 157–210.
- Weischenberg, Siegfried (2007): Genial daneben. Warum Journalismus nicht (Gegen-)Teil von Unterhaltung ist. In: Scholl, A./ Renger, R./ Blöbaum, B. (Hg.): Journalismus und Unterhaltung, S. 117–132.
- Wetzel, Jakob (2012): Satire - das unbekannte Stilprinzip. Wesen und Grenzen im Journalismus. In: *Communicatio Socialis* 45 (3), S. 276–291.
- Zymner, Rüdiger (2017): Satire. In: Uwe Wirth (Hg.): Komik. Ein interdisziplinäres Handbuch. Stuttgart: J.B. Metzler (SpringerLink : Bücher), S. 21–25.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:

Meyen, M. (2009): Das journalistische Feld in Deutschland. Ein theoretischer und empirischer Beitrag zur Journalismusforschung. In: *Publizistik* 54, S. 323–345.

Abb. 2:

Hanitzsch, Thomas; Vos, Tim P. (2017): Journalistic Roles and the Struggle Over Institutional Identity: The Discursive Constitution of Journalism. In: *Commun Theor* 27 (2), S. 115–135. DOI: 10.1111/comt.12112.

Abb. 3:

Hanitzsch, Thomas; Vos, Tim P. (2018): Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles in political and everyday life. In: *Journalism* 19 (2), S. 146–164.

Abb. 4:

Kleinen-von Königslöw, K. (2014): Politischer Humor in medialen Unterhaltungsangeboten. In: M. Dohle und G. Vowe (Hg.): Politische Unterhaltung - Unterhaltende Politik. Forschung zu Medieninhalten, Medienrezeption und Medienwirkungen. Köln: Herbert von Halem Verlag (Unterhaltungsforschung), S. 163–191.

Abb. 5:

Eigene Darstellung zur Veranschaulichung der Rollenbilder

Abb. 6:

Eigene Darstellung der KünstlerInnen/ JournalistInnen

Anhang

Interviewleitfaden

1 Fragen zu Werdegang, Ausbildung, Karriere

- Wie würden Sie Ihren Beruf/ Ihre derzeitige Tätigkeit bezeichnen?
- Wie sind Sie zu Ihrer momentanen Tätigkeit gekommen?
 - (Schulischer & beruflicher Werdegang)
- Welche Motive haben hierbei eine Rolle gespielt?

2 Arbeitsalltag

- Wie sieht einer Ihrer typischen Arbeitstage aus?
- (durchschnittliche Arbeitszeit/Tag, wie viele davon für Recherche, (humoristische) Aufbereitung/ Zeichnen/ Einsprechen/ Aufzeichnen, Verhältnis von Vorbereitung zur Umsetzung)
- (Wie viele Menschen [und wer sind diese Menschen → journalistischer Hintergrund?] sind an der Produktion beteiligt, wie sind die Aufgaben verteilt)
- *Karikaturisten: Wie viele Karikaturen zeichnen Sie in der Woche? Haben Sie zeitliche Vorgaben? Wie viele Ideen werden verworfen?*
- *AutorInnen: Wie viele Texte schreiben Sie in der Woche? Wie viele Ideen werden verworfen?*
- *Kabarettisten/ „DarstellerInnen“: Wie bereiten Sie Ihre Auftritte vor? Was ist besonders wichtig?*
- Falls nicht eindeutig: Welcher Aspekt ihrer Arbeit ist der wichtigste/ welchem messen Sie am meisten Bedeutung zu?
- **Welche Fähigkeiten braucht man, um Ihre Arbeit zu machen?**
- **Woran orientieren Sie sich bei der Themenauswahl? Was ist für einen guten satirischen Beitrag Ihrer Meinung nach wichtig?**
- Welche Rolle spielen Journalismus allgemein und im besonderen journalistische Aspekte wie Recherche, Aktualität etc. in Ihrer Arbeit?
- **Hatte Ihre Arbeit schon einmal Konsequenzen?** (juristischer Art, öffentliche Empörung, Rügen von der Redaktionsleitung o.ä.) Haben Sie allgemein Einschränkungen in Ihrer Arbeit?

3 Fragen zu Selbstverständnis

- **Wie würden Sie Satire definieren?**
- **Welche Aufgabe/ Funktion hat Satire Ihrer Meinung nach zu erfüllen?**
- **Was versuchen Sie (persönlich) mit Ihrer Arbeit zu erreichen?**
- **Welche Stellung nimmt Satire Ihrer Meinung in der Gesellschaft und für die Gesellschaft ein?**
- Wie wichtig ist Satire für die Demokratie/ den Erhalt der Demokratie?
- **Wie wichtig sind Grenzen/ Tabubereiche und deren Auslotung?** Gibt es so etwas wie „Qualitätskriterien“/ ethische Kodizes für (gute) Satire? Wo würden Sie persönlich diese Grenzen ziehen?
- **Erinnern Sie sich an Grenzüberschreitungen? (persönlich oder auch von KollegInnen)**
- Es gibt wissenschaftliche Studien, die sich mit Satire als möglicher neuer Form politischer Bildung beschäftigen – wie stehen Sie dazu?
- Kann – oder soll – Satire Journalismus unterstützen?
- Was unterscheidet Ihrer Meinung nach JournalistInnen und SatirikerInnen?
 - Vorteile/ Nachteile, Wie viel Journalist steckt in einem Satiriker

4 Publikumsbild

- Wie würden Sie Ihr Publikum charakterisieren?
- Welche Rolle spielen die Erwartungen/ Bedürfnisse des Publikums?
 - *Falls Aussage, dass Message in Satire: Wie wichtig ist es Ihnen, dass Ihre Nachricht vom Publikum auch verstanden wird? Glauben Sie, dass Sie die Meinungen des Publikums beeinflussen können?*
- Wie wichtig ist Ihnen die Reichweite Ihrer Sendung/ Zeichnung/ ...?
- Wie gehen Sie mit Rückmeldungen um? (eher negatives/ positives?) (sowohl vom Publikum als auch bspw. von PolitikerInnen)

5 Journalismus

- Hat sich der Journalismus Ihrer Meinung nach verändert?
 - (Wie reagieren Sie (beruflich) auf solche Veränderungen?)
- (Wie sehen Sie die Zukunft des Journalismus? Wie die Zukunft der Satire?)

- Das Thema „Fake News“ und die teilweise mangelnde Kompetenz der LeserInnen gewinnt immer mehr an Bedeutung – sehen Sie hier ein Problem für Satire? Was könnte dagegen unternommen werden?
- Würden Sie Ihre Arbeit als Journalismus bezeichnen? (Warum/ Warum nicht?)
- Kann man Satire generell dem Journalismus zuordnen?

Abschlussfrage: Sehen Sie sich eher als JournalistIn? Als KünstlerIn?

Demographisch:

Medienorganisation	
Arbeitsbezeichnung	
Geschlecht	
Alter	
Arbeitserfahrung im satirische Bereich (in Jahren)	
Arbeitserfahrung im journal. Bereich	
Höchster Abschluss und Fachbezeichnung	

Demographische Daten der InterviewpartnerInnen:

	Alter	♂/♀	Art der Satire	Satire-Arbeit (in Jahren)	Journalis- tische Erfahrung	Abschluss und Fach
S1	47	m	Autor (TV)	20		Studium Theaterwiss. & Kommunikationswiss.
S2	44	m	Autor (TV)	17		Studium Deutsche Philologie
S3	41	m	Autor (TV)	8		Studium Pädagogik
S4	50	w	Autorin und Journalistin	5	24 Jahre	Studium Journalistik
S5	39	w	Autorin	10	Ja	Studium angewandte Kulturwissenschaft
S6	78	m	Autor und Gründer	30	20 Jahre	Studium Journalistik
S7	69	m	Cartoons/ Karikaturen	42		Studium Kunstgeschichte
S8	61	m	Cartoons/ Karikaturen	30		Abitur
S9	54	w	Cartoons/ Karikaturen	18		Studium Graphik und Illustration
S10	81	m	Cartoons/ Graphik			Studium Graphik
S11	66	w	Cartoons/ Karikaturen	40		Studium visuelle Kommunikation
S12	53	m	Kabarett	20		Abitur
S13	55	w	Kabarett	18		Schauspiel
S14	61	m	Kabarett (Bühne)	20		Studium Medizinsoziologie
S15	61	m	Kabarett (Bühne & TV), Autor, Radio	30		Studium Germanistik und Philosophie
S16	64	m	Kabarett (Bühne & TV)	40		Abitur
S17 + S18	34	m	Autoren und Gründer (Online-Satire), NB	9		Abitur
S19	35	m	Autor (Magazin)	17		Matura
S20	67	m	Cartoons/ Karikaturen	35		Studium Graphik
S21	45	m	Cartoons/ Karikaturen	10		Studium Jura
S22	54	m	Cartoons/ Karikaturen	19		Studium Hochschule für angewandte Kunst
S23	ca. 55	w	Cartoons/ Karikaturen	25		Studium Bühnenbild
S24	53	m	Cartoons (ab und zu Kolumnen)	26		Studium Jura
S25	58	m	Cartoons/ Karikaturen	> 30		Studium Graphik
S26	56	m	Kabarett	34		Studium Theaterwissenschaft & Germanistik
S27	39	w	Kabarett (Bühne & TV)	6 (Solo)		Studium Ernährungswissenschaften, Schauspiel
S28	26	m	Kabarett	5		Studium Kognitionsbiologie
S29	49	m	Kabarett & Autor	23		-
S30	53	m	Kabarett (Bühne & TV), Autor	37	3 Monate	Matura
S31	51	m	Kabarett (Bühne & TV), Autor	30		Lehrabschluss
S32	48	m	Kabarett (Bühne & TV)	10-11 Jahre	Praktikum	Studium der Philosophie und Altgriechisch
S33	47	m	Kabarett, Autor und Moderator	8	Radio	-
S34 + S35	33 und 34	w	Kabarett (Bühne) + Radio + Autorinnen	9		Studium Germanistik
S36	54	m	Autor (TV) & Kabarett (TV)	25	10 Jahre	Abitur

Daten der Interviews:

	durchgeführt Monat/Jahr	Dauer (min.)	Art der Interviewführung
S1	08/2018	28	telefonisch
S2	08/2018	27	telefonisch
S3	08/2018	48	telefonisch
S4	09/2018	42	telefonisch
S5	08/2018	26	telefonisch
S6	08/2018	36	telefonisch
S7	09/2018	21	telefonisch
S8	07/2018	36	telefonisch
S9	09/2018	21	telefonisch
S10	09/2018	19	telefonisch
S11	09/2018	22	telefonisch
S12	09/2018	38	telefonisch
S13	08/2018	35	telefonisch
S14	08/2018	18	telefonisch
S15	09/2018	28	telefonisch
S16	08/2018	19	telefonisch
S17 + S18	08/2018	31	telefonisch
S19	09/2018	34	face to face
S20	09/2018	32	telefonisch
S21	09/2018	41	face to face
S22	09/2018	41	face to face
S23	09/2018	28	face to face
S24	09/2018	21	face to face
S25	08/2018	116	face to face
S26	09/2018	25	face to face
S27	08/2018	53	face to face
S28	09/2018	49	face to face
S29	09/2018	56	telefonisch
S30	09/2018	32	face to face
S31	09/2018	37	face to face
S32	10/2018	33	face to face
S33	09/2018	20	face to face
S34 + S35	10/2018	49	face to face
S36	09/2018	-	schriftl. (Mail)
Gruppeninterview, B1-B8	10/2018	46	face to face

Abstract

Die Verbindung von Satire und Journalismus aus Sicht der ProduzentInnen satirischer Formate ist ein bislang schwach erforschtes Feld in der deutschen Kommunikationswissenschaft. Die Arbeit versucht erste Lücken zu schließen. Hierfür wurden 36 Satirebetreibende aus Deutschland und Österreich mithilfe qualitativer halbstandardisierter Leitfadeninterviews zu ihren Motivationen und Zielen, ihrer Einschätzung der Satire und der Verbindung von Satire und Journalismus interviewt. Die Satirebetreibenden können in ähnliche Rollenbilder wie JournalistInnen eingeordnet werden. Sie nehmen eine unterhaltende Rolle ein, bemühen sich aber auch um Aufklärung sowie um Kritik und Kontrolle. Ihre Tätigkeiten ähneln journalistischen, unterscheiden sich jedoch stark in den Zielvorstellungen, da sie sich der Individualität und Subjektivität verschreiben. Außerdem sind sie auf den Journalismus als Informationslieferanten angewiesen und können deshalb lediglich als unterstützendes Element am Rande des journalistischen Feldes angesehen werden. Sie selbst sehen sich vermehrt als KünstlerInnen, nur ein Bruchteil sieht sich als JournalistIn.

Abstract (Englisch)

The connection between satire and journalism from the perspective of the producers of satirical formats is a nearly unexplored field in the German-speaking communication science. This thesis tries to close first gaps. Therefore, 36 satirists from Germany and Austria were questioned (interviewed) with a half-structured guided interview on their motivation and aims, their appraisal of satire and the connection between satire and journalism. The satirists can be categorized by similar role dimensions as journalists. They take entertaining roles yet strive for enlightenment as well as critic and control. Their occupation is quite like journalistic ones, but strongly distinguished in their objectives. They dedicate themselves to individualism and subjectivism. Besides, satirists are reliant on journalists as providers of information. Therefore, they can only be seen as a supporting element of journalism at the border of the journalistic field. Most of the satirists see themselves as artists, only a small part as journalists.