



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Braucht der Journalismus mehr Feminismus?
Eine empirische Studie über das Selbstbild
von feministischen Journalistinnen“

verfasst von / submitted by

Sarah Uli Goldschmitt, Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2020 / Vienna 2020

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:

Publizistik- und
Kommunikationswissenschaften

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Sophie Lecheler

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

A handwritten signature in black ink, reading "Sarah Uli Goldschmitt" with a stylized flourish at the end.

Wien, 10.09.2020

Unterschrift (Sarah Uli Goldschmitt)

Danke an...

Julian und Ramona -
Die besten FreundInnen der Welt.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Theoretische Verortung & Forschungsstand	5
2.1 Konstruktivismus	5
2.1.1 Konstruktivismus in den Medien	7
2.2 Symbolischer Interaktionismus	9
2.2.1 Medien und Wirklichkeit	13
2.3 Die Aufgabe von Journalist*innen	16
2.3.1 Publizistische Objektivität	19
2.3.2 Journalistisches Rollenverständnis: Missionar*innen oder neutrale Vermittler*innen?	24
2.4 Emotional turn	26
2.4.1 Emotionalität im Journalismus	27
2.5 Aktivismus	30
2.5.1 Aktivismus im Journalismus	31
2.6 Feminismus	36
2.6.1 Geschlecht als Konstrukt	36
2.6.2 Geschlechterstereotype	38
2.6.3 Gleichheitsansatz vs. Differenzansatz vs. (de)konstruktivistischer Ansatz	39
2.6.4 Intersektionaler Feminismus	40
2.7 Frauenforschung – Medien als Spiegel für Frauen in der Gesellschaft	42
2.7.1 Feministische Medienforschung	43
2.7.2 Männlichkeit der Medien – die androzentristische Perspektive	44
2.7.3 Gendergerechte Sprache	47
2.7.4 Diversität in den Medien/ im Journalismus	49
3. Untersuchungsdesign	50
3.1 Forschungsfragen:	50
3.2 Erhebungsmethode und Ziele der Analyse	50
3.3 Erhebungsinstrument leitfadengestützte Expert*inneninterviews	51
3.3.1 Durchführung der leitfadengestützten Expert*inneninterviews	51
3.4 Sampling	51

3.5	Auswertung: Inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse nach Udo Kuckartz	53
4.	Ergebnisdarstellung	54
4.1	Journalistisches Selbstbild	55
4.2	Persönlicher Bezug zu Feminismus/Aktivismus	67
4.3	Art des Einflusses von Feminismus in den Journalismus	70
4.4	Motivation für den Einfluss von Feminismus in den Journalismus	74
4.5	Aktivismus im Journalismus	78
4.6	Beantwortung der Forschungsfragen und Hypothesengenerierung	86
4.7	Diskussion	88
4.8	Limitation und Ausblick	94
5.	Literaturverzeichnis	96
6.	Anhang	108
6.1	Abstract (deutsch)	108
6.2	Abstract (english)	108
6.3	Interviewleitfaden	108
6.4	Ausformulierung des Kategorienschemas	110

1. Einleitung

„Ein guter Journalist macht sich mit keiner Sache gemein, auch nicht mit einer guten.“ Hans Joachim Friedrich

Dieser Satz von Hans Joachim Friedrich, Journalist und ehemaliger Moderator der tagesthemen, ist vielen Journalist*innen bekannt. Er wird Journalist*innen in der Ausbildung gelehrt, um zu verdeutlichen, dass Journalist*innen in ihrer professionellen Arbeit *objektiv* zu sein haben. (Vgl. Reschke 2018: 71 f)

Die reine Objektivität ist ein utopisches Ideal, das niemals erreicht werden kann (vgl. Pörksen 2014: 4). Sie möglichst anzustreben wird im Journalismus allerdings immer noch als Qualitätsmerkmal definiert (vgl. Saxer 2012: 20). Dabei stellt sich die Frage, ob dieser Anspruch an haltungslosen Journalismus noch zeitgemäß ist?

Feministischer Journalismus ist nicht wertfrei. Er ist den bestehenden Machtverhältnissen gegenüber kritisch. Er bemängelt die Reproduktion der Mehrheitsgesellschaft, die für Menschen und Verhältnisse außerhalb dieser Gruppe blind ist. (Vgl. Klaus 1998: 110) Die Mehrheitsgesellschaft ist vor allem weiß und männlich und wird auch medial so widergegeben. Frauen sind in den Medien stark unterrepräsentiert und insgesamt hat der Journalismus ein starkes Defizit an Diversität. (Vgl. Global Media Monitor Project 2015) Die Medien bilden also nicht die ganze Gesellschaft ab, sondern schließen marginalisierte Gruppen davon aus (vgl. Sarwat 2019: 186). Prenner (vgl. 1992: 64 ff) bezeichnet das als Androzentrismus und einen sexistischen Bias, der dafür verantwortlich ist, dass Frauen, wenn sie mediale Aufmerksamkeit bekommen, in ihren Rollenklischees abgebildet werden. In einer Gesellschaft, in der konstruiert wurde, dass der Mann als die Norm gilt und Frauen als das Besondere, muss hinterfragt werden, ob Regeln zu einer objektiven Berichterstattung eine Daseinsberechtigung haben. (Vgl. Prenner 1992: 64 ff) Aus feministischer Sicht sind sie das nicht. Das Patriarchat unhinterfragt als neutral hinzunehmen ist für sie diskriminierend. Denn es hat zur Folge, dass andere Sichtweisen und andere Lebensrealitäten nicht gesehen werden. Der feministische Journalismus macht es sich zur Aufgabe die Unsichtbaren sichtbar zu machen, um eine Wirklichkeit der Welt darzustellen, die pluralistisch ist. Er möchte den Rezipient*innen aufzeigen, wo es in der Gesellschaft Ungerechtigkeiten und Ungleichheiten gibt, so dass diese sich ein vollständigeres Bild machen können. (Vgl. Horak

2008: 21)

Das Selbstbild von Journalist*innen geht weit auseinander. Während die einen neutrale Vermittler*innen sein wollen, sehen die anderen sich eher in der Rolle von Missionar*innen. (Vgl. Jarren/Donges 2011: 155ff)

Während die einen den anderen vorwerfen, bestehende Ungerechtigkeiten durch Neutralität zu erhalten (vgl. Schudson 1978: 184) wird den anderen vorgeworfen, Aktivist*innen mit Berufsverfehlung zu sein (vgl. Reschke 2018: 62 f).

Aktivismus im Journalismus ist ein Thema, das seit Jahren kontrovers diskutiert wird. Die Geister scheiden sich über die Aufgaben von Journalist*innen (vgl. Weichert 2011: 366). Die Verfechter*innen von objektiver Berichterstattung, sind der Ansicht, dass Journalismus und Aktivismus strikt voneinander getrennt werden müssen. Es gibt allerdings auch Journalist*innen, die sagen, dass Aktivismus und Journalismus immer miteinander verbunden sind und nicht trennscharf voneinander zu unterscheiden sind. (Vgl. Carr 2013) Die Journalismusforschung lässt erkennen, dass sich Trends entwickeln, die die Interpretation von den Journalist*innen als reine Informationsvermittler*innen immer mehr auflockert (vgl. Singer et al. 2011: 2). Emotionalität im Journalismus, seit der Aufklärung eigentlich verpönt und traditionell unprofessionell und weiblich konnotiert, wird immer wichtiger. Es wird viel häufiger hinterfragt warum der Journalismus bestimmte Dinge nicht darf. Warum beispielsweise Emotionalität im Journalismus eher abgelehnt wird und ob in der Integration dieser nicht eine neue Chance liegt die Rezipient*innen besser zu erreichen. (Vgl. Beckett/Deuz 2016: 3) Viele Regeln im Journalismus werden aus feministischer Perspektive kritisch gesehen, woraus sich die Frage ergibt: Braucht der Journalismus mehr Feminismus?

In dieser Arbeit habe ich das Selbstbild von feministischen Journalistinnen untersucht, um einen Einblick in ihre Sicht- und Arbeitsweisen zu bekommen. Mithilfe von leitfadengestützten Interviews habe ich sie dazu befragt, inwieweit der Feminismus ihren Journalismus beeinflusst, was sie dazu motiviert Feminismus überhaupt in den Journalismus einfließen zu lassen und was ihre Meinung zu Aktivismus im Journalismus ist.

Während es viele verschiedene Meinungen zu Aktivismus im Journalismus gibt, ist der Forschungsstand dazu noch relativ klein. Aus diesem Grund soll meine Studie dazu beitragen die Journalismusforschung in Bezug auf Aktivismus im Journalismus zu erweitern.

2. Theoretische Verortung & Forschungsstand

2.1 Konstruktivismus

Dieser wissenschaftlichen Arbeit liegt der (Sozial)Konstruktivismus als theoretisches Fundament zu Grunde. Das „Kernproblem“ des Konstruktivismus ist „die prozessual verstandene Entstehung von Wirklichkeit“. Realität ist eine „selbstproduzierte Sozialordnung“, die allerdings durch beständigen, sozialen Aufbau einer Gesellschaft als etwas Naturgegebenes interpretiert wird. (Vgl. Pörksen 2014: 1 f) Berger und Luckmann (vgl. 1977) erklären in ihrem Werk *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit* wie sogenanntes „kulturelles Lernen“ arbeitet, individuell Erlebtes als objektive Wirklichkeit verstanden wird und wie Gesellschaft dadurch unter Umständen kollektiv an bestimmtes Verhalten gewöhnt wird. Schon Karl Mannheim und Alfred Schütz sprechen davon, dass das Wissen über Wirklichkeit immer von individuellen Erfahrungen und Wahrnehmungen geprägt ist. „Realität“ wird immer individuell interpretiert. Verständigung über eine kollektive Wirklichkeit funktioniert durch Gesellschaften, in denen Menschen gemeinsam aufwachsen und Muster reproduzieren. (Vgl. Abels 2010: 88) Konstruierte Sozialordnungen erzeugen das Bild einer Wirklichkeit, dem sich das Individuum fügt. Es sieht die Welt durch die Brille seiner Gesellschaft; seiner Kultur. Der Sozialkonstruktivismus besagt, dass Menschen die Welt immer vor dem Hintergrund ihrer Herkunft sehen und so eine bestimmte Konstruktion von Wirklichkeit erzeugen. Alfred Schütz nennt dieses Phänomen „stock of knowledge“, Emilie Durkheim bezeichnet es als Kollektivbewusstsein. (Vgl. Abels 2010: 91)

„Erkennen erscheint, folgt man dieser Konzeption, nicht mehr als getreue Repräsentation einer äußeren Welt (=Abbildtheorie), sondern muss als interne Konstruktion nach eigenen Regeln und Prinzipien (= Postulat der Autonomie) verstanden werden.“ (Pörksen, 2014: 2f)

Berger und Luckmann (1977: 24) schreiben:

„Die Wirklichkeit der Alltagswelt erscheint bereits objektiviert, das heißt konstituiert durch eine Anordnung der Objekte, die schon zu Objekten deklariert worden waren, längst bevor ich auf der Bühne erschien. Die Sprache, die im alltäglichen Leben gebraucht wird, versorgt mich unaufhörlich mit den notwendigen Objektivationen und setzt mir die Ordnung, in der die Alltagswelt mir sinnhaft erscheint.“

Da keine beobachterunabhängige Realität existiert, sind für eine konstruierte Wirklichkeit die Prozesse und Bedingungen unter denen diese entsteht, maßgeblich. Im Zentrum steht der*die Beobachter*in. (Vgl. Pörksen 2014: 3f)

„Wer die Beobachtungen von Beobachtern beobachtet, somit Beobachtungen zweiter Ordnung betreibt und sich fragt, wie und mit Hilfe welcher Unterscheidungen sich diese ihre Realität verfügbar machen, der erkennt auch: Jede Wahrnehmung bedeutet unvermeidlich die Ausblendung einer gewaltigen Restwelt auch möglicher Wahrnehmungen.“ (Pörksen 2014: 4)

Nur die Beobachtung zweiter Ordnung erkennt, für welche Wahrnehmung der*die Beobachter*in blind war. Der*Die zweite Beobachter*in hat seiner*ihrerseits auch wieder blinde Flecken, für die er*sie nicht empfänglich ist. Diese Erkenntnis leitet in eine Unendlichkeitsspirale, die unweigerlich dazu führt, dass man sich von dem Anspruch an eine absolute Wahrheit trennen muss und akzeptieren muss, dass es kein „Objektivitätsideal“ gibt. (Vgl. Pörksen 2014: 4)

In einer angeblich objektiven Beschreibung, werden die Beobachter*innen von ihrem kulturellen Hintergrund, ihren Eigenschaften und Einstellung extrahiert. Beim „klassisch-realistischen Objektivitätsverständnis“ wird angenommen, dass ihre Urteile und Präferenzen nicht Fundament ihrer Beschreibung sind. Erst durch die Beobachtung zweiter Ordnung, also die Beobachtung der Beobachter*innen, muss man begreifen, dass die Position der Beobachter*innen und die Prozesse ihrer Erkennungsfähigkeiten nicht eliminiert werden können und somit nie objektiv sein können. Sobald das akzeptiert wurde, ist die logische Konsequenz, dass sich eine Wirklichkeit „unvermeidlich in eine Vielzahl von Wirklichkeiten“ verwandelt und eine Diversität und Pluralität von Wirklichkeitskonstruktionen das Ideal der Objektivität ablösen. (Vgl. Pörksen 2014: 4)

Die Möglichkeit anzunehmen Wirklichkeit neu zu definieren und die vorherige Interpretation umzudeuten ist allerdings limitiert. Denn genau in der Tatsache, dass Gesellschaft dafür verantwortlich ist kollektive Wirklichkeit zu erschaffen liegt auch der Grund, warum es schwer ist, diese zu überdenken. Gewohnheit, Routine und generell Bequemlichkeit sind menschlich und schwer zu überwinden. (Vgl. Abels 2010: 89)

"Alles menschliche Tun ist dem Gesetz der Gewöhnung unterworfen. Jede Handlung, die man häufig wiederholt, verfestigt sich zu einem Modell, welches

unter Einsparung von Kraft reproduziert werden kann und dabei vom Handelnden als Modell aufgefaßt [sic!] wird. Habitualisierung in diesem Sinne bedeutet, dass die betreffende Handlung auch in Zukunft ebenso und mit eben der Einsparung von Kraft ausgeführt werden kann." (Berger/Luckmann 1977: 56)

2.1.1 Konstruktivismus in den Medien

Den Konstruktivismus in den Journalismus zu integrieren, hat zu einer Debatte geführt, deren zentraler Vorwurf die *Legitimation der Beliebigkeit* darstellt. Kritiker*innen sagen, dass eine erkenntnistheoretische Begründung zu einem Verlust von Qualität im Journalismus führt und die Basis von journalistischem Arbeiten vernichtet. Da im Konstruktivismus auf den Objektivitätsbegriff verzichtet wird, wäre es für Journalist*innen unmöglich Wirklichkeit angemessen zu erfassen. So entsteht die Befürchtung, dass adäquates Arbeiten, Faktengebundenheit und ordentliches Recherchieren nicht mehr als journalistische Ansprüche gelten müssen und Beliebigkeit durch konstruktivistische Ansätze legitimiert werden. Die Entzauberung des Objektivitätsbegriffs könnte als Fälschung, Lüge und Manipulation verstanden werden. (Vgl. Pörksen 2014: 14 f)

„Weil man, wie Konstruktivisten behaupten, über eine beobachterunabhängige Wirklichkeit nichts auszusagen vermag und weil sich diese Behauptung womöglich durchsetzt, erscheint willkürliche Erkenntnisproduktion als Normalität, und in diesem Klima werden dann auch Fälschungen, Verdrehungen und Manipulationen zu gewöhnlichen Äußerungsstrategien, die nicht mehr aus berufsethischen Gründen disqualifiziert werden können.“ (Pörksen 2014: 12)

Ulrich Saxer (1992: 182 f) ist der Ansicht, dass die Verwerfung des Objektivitätsbegriffs durch den radikalen Konstruktivismus eine Ausbildung journalistischer Kompetenzen unmöglich macht. Qualitätsjournalismus könne so nicht mehr von Boulevardjournalismus unterschieden werden und man könne nicht mehr nach dem Kriterium *Wahrheit* bewerten.

Konstruktivismus Verteidiger*innen sagen dazu allerdings, der Verzicht auf einen Objektivitätsanspruch führe nicht dazu, dass Fakten, Daten und Wirklichkeiten in einem Sozialsystem nicht mehr miteinander verglichen werden können, sondern dass eine „spezifische Medienwirklichkeit“ lediglich keine absolute Wirklichkeit sein kann, da sie

sich von ihren Beobachter*innen und deren Interpretation von Realität nicht loslösen kann. (Vgl. Weber 2000: 41 ff)

Pörksen (2014: 15) schreibt, dass es bislang (Stand 2014) „keine konsequent entfaltete konstruktivistische Medienethik“ gebe, sondern nur „eine Sammlung von Begriffsvorschlägen und Denkanstößen“, die zwar wie eben erklärt umstritten sind, aber dennoch wichtige Perspektiven aufzeigen können.

Konstruktivistische Medienethik beschäftigt sich vor allem mit der Kernfrage: „Wer trägt Verantwortung?“ Verantwortungsvolles Handeln ist in einem konstruktivistischen Verständnis das Bedenken von potentiellen Folgen, die aus dem eigenen Handeln resultieren könnten. Der Verantwortungsbegriff muss streng vom Verursachungsbegriff getrennt werden. Verantwortung schließt die „Entscheidungsfreiheit und die Möglichkeit der Wahrnehmung“ nicht aus (Pörksen 2014: 15). Die Abhängigkeit der Beobachter*innen von ihren Realitätskonstruktionen muss nach konstruktivistischem Verständnis akzeptiert und sichtbar gemacht werden. Das führt gleichzeitig zur Anerkennung von anderen (Medien)Wirklichkeiten. (Vgl. Pörksen 2014: 16)

Weiter gibt der Konstruktivismus die Möglichkeit den Objektivitätsbegriff zu relativieren. Objektivität als Leitmotiv des Journalismus taucht in vielen Ethikkodizes auf (vgl. Saxer 2012: 11 f). Im Konstruktivismus verabschiedet man sich von der Vorstellung, eine absolute Wahrheit objektiv einfangen zu können und deutet den Begriff „Objektivität“ stattdessen neu. Humberto R. Maturana hat beispielsweise den Begriff „Objektivität in Klammern“ geprägt, der ausdrücken soll, dass die Abhängigkeit der Wahrnehmungsmöglichkeiten der Beobachter*innen akzeptiert werden. „Objektivität ohne Klammern“ wäre die absolute Objektivität. Diese ist aber Beobachter*innen und somit auch Journalist*innen nicht zugänglich. (Vgl. Weischenberg 2004: 227)

Der Objektivitätsbegriff wird im Konstruktivismus durch „Glaubwürdigkeit“ und „Nützlichkeit“ ersetzt. So soll eine von Beobachter*innen abhängige Wahrnehmung von relativer Objektivität angeboten werden. (Vgl. Weber 2000: 46)

Weischenberg (vgl. 2004: 61) schreibt über die Anerkennung des Konstruktivismus im Journalismus, dass es nicht bedeutet, dass Journalismus plötzlich ohne Regeln funktioniert. Die Journalist*innen folgen weiterhin den Regeln, die sie gelernt haben, allerdings sind diese nicht im luftleeren Raum entstanden und in einem System, innerhalb dessen Konsens über die Grundlage der Regeln herrscht. Sie sind konstruiert, ge-

nauso wie die „Wirklichkeit“, die die Journalist*innen in ihrer Berichterstattung transportieren. Man kann also nicht vom Abbilden der Realität sprechen, sondern vom Anbieten von *Wirklichkeitsentwürfen*. (Vgl. Weischenberg 2004: 61)

Konstruktivismus in die Medienproduktion zu integrieren, bedeutet auch sensibler mit Befangenheit umzugehen. Durch die Anerkennung und Toleranz von verschiedenen Wirklichkeiten, wird eine Reflexion der eigenen Sichtweisen unumgänglich. (Vgl. Pörksen 2014: 16) Konstruktivistische Medienethik möchte keine konkreten Regeln liefern, sondern Orientierung zur Selbstreflexion anbieten. Ein Bewusstsein, beziehungsweise sogar ein Interesse, für Pluralität und Diversität von Wahrnehmungen soll geschaffen werden. Normativ gedeutet, könnte man von „ethisch-moralische[n] Meta-Regeln einer Ethik (der Medien)“ sprechen (Pörksen 2014: 17). Diese äußern sich wie folgt: *„Erhalte oder vergrößere die Spielräume für Autonomie; schone oder maximiere Differenzen; bewahre oder steigere die Pluralität der Wirklichkeitsentwürfe.“* (Pörksen 2014: 17)

Konstruktivistische Meta-Regeln in den Medien lassen sich auch als Befürwortung und Unterstützung der Demokratie auslegen, denn wie die Demokratie, lebt auch der Konstruktivismus von der Anerkennung von Diversität und Pluralität verschiedener Wirklichkeiten und Lebensrealitäten. (Vgl. Pörksen 2014: 18)

2.2 Symbolischer Interaktionismus

Herbert Blumer möchte mit seiner Theorie vom symbolischen Interaktionismus weniger auf die Tatsache hinaus, dass Menschen in ihrem Zusammenleben eine „objektive“ Realität kreieren, sondern vielmehr betonen, dass sie diese durch ihr Handeln formen und verändern können. Blumer bezieht sich in erster Linie auf Maed, der der Kernfrage nachgeht, wie es möglich ist, dass Menschen ihr Handeln aneinander anpassen können. Maed erklärt sich dieses Phänomen mit dem Streben nach Sinn. Menschen, die die gleiche Vorstellung von Sinn teilen, passen ihr Handeln dementsprechend an und handeln auch dementsprechend gleich. Blumer sagt, dass Menschen, die ihr Handeln aneinander anpassen, das auch tun, weil sie so den gemeinsamen Sinn, der angestrebt wird, erkennen können. (Vgl. Blumer 1969: 80 ff)

Kommunikation erleben Menschen durch Handlung und Interaktion mit anderen Per-

sonen und nehmen dadurch auch gleich die Beziehung zu ihnen in der erlebten Kommunikation wahr (vgl. Krotz 2008: 29). Weiter heißt es im symbolischen Interaktionismus, dass es nicht nur beim gleichen Handeln bleibt, sondern Menschen Symbole schaffen, um den Sinn ihres Tuns wiederzuerkennen. Das Handeln und die Symbole sind nicht fixiert. Sie können, je nach Wandlung des Sinns, wieder neu gedacht, umformuliert oder verworfen werden. (Vgl. Blumer 1969, 80 ff)

Durch Interaktionen geben die Handelnden zu verstehen, wie sie eine Situation deuten und nehmen wahr, wie ihr Gegenüber die Situation interpretiert. Das ist meist ein unterbewusster Prozess, der zur gemeinsamen *Definition der Situation* führt. (Vgl. Abels 2010: 45) Auf diesem Verständnis beruht das berühmte Thomas-Theorem:

*„Wenn Menschen Situationen als real definieren, sind auch ihre Folgen real“
(Thomas 1965: 114)*

Drei Prämissen des Symbolischen Interaktionismus

"Die erste Prämisse besagt, dass Menschen »Dingen« gegenüber auf der Grundlage der Bedeutungen handeln, die diese Dinge für sie besitzen. Unter »Dingen« wird hier alles gefasst, was der Mensch in seiner Welt wahrzunehmen vermag - physische Gegenstände, wie Bäume oder Stühle; andere Menschen, wie eine Mutter oder einen Verkäufer; Kategorien von Menschen, wie Freunde oder Feinde; Institutionen, wie eine Schule oder eine Regierung; Leitideale wie individuelle Unabhängigkeit oder Ehrlichkeit; Handlungen anderer Personen, wie ihre Befehle oder Wünsche; und solche Situationen, wie sie dem Individuum in seinem täglichen Leben begegnen.

Die zweite Prämisse besagt, dass die Bedeutung solcher Dinge aus der sozialen Interaktion, die man mit seinen Mitmenschen eingeht, abgeleitet ist oder aus ihr entsteht.

Die dritte Prämisse besagt, dass diese Bedeutungen in einem interpretativen Prozess, den die Person in ihrer Auseinandersetzung mit den ihr begegnenden Dingen benutzt, gehandhabt und abgeändert werden." (Blumer 1969: 81)

Zentral bei Blumers (vgl. 1969: 84) Theorie ist die Bedeutung bzw. der Sinn nach dem gehandelt wird. Die Bedeutung wird nicht einfach hingenommen, sondern ist erst der

Auslöser, der zu bestimmten Handlungen führt. *Dingen* eine Bedeutung zu geben, lässt die Menschen ihr Leben ordnen und strukturieren. Handeln liegt also immer auch ein innerer Prozess zugrunde, der das Handeln rechtfertigt (vgl. Krotz 2008: 35).

Diese Dinge können, wie oben schon zitiert, physikalischer, sozialer oder abstrakter Natur sein. Und jedes Objekt kann für jeden Menschen eine andere Bedeutung haben. Die Bedeutung ergibt sich aus der Interaktion mit anderen, die den Sinn des Objekts vorher definiert haben. (Vgl. Blumer 1969: 90) Kennt das Individuum die Bedeutung, die ein Objekt für bestimmte Gruppen hat, kann es die Handlung antizipieren und dann dementsprechend darauf reagieren. Das kann Akzeptanz und Anpassung bedeuten oder auch Ablehnung und neue Definition der Objekte sein. (Vgl. Krotz 2008: 35)

Die Bedeutung, die ein *Ding* hat, liegt also nicht in ihm selbst, sondern wird durch Handlungen zugeschrieben. Objekte sind Produkte von Handlungen (vgl. Blumer 1969: 90). Blumer (vgl. 1969: 86) ist auch der Ansicht, dass Gesellschaft und Kultur durch den Prozess der Handlung entstehen.

Symbolischer Interaktionismus als Kommunikationsmodell

Im Kommunikationsmodell des symbolischen Interaktionismus muss man die vier folgenden Punkte beachten.

- *Perspektive*

Die Perspektive ist die Basis, auf der ein Individuum handelt. Die Perspektive ordnet, definiert und strukturiert die Wahrnehmung.

- *Situation*

Die Situation ist der Rahmen, der abgrenzt in welchem Bezug Menschen miteinander handeln. Die Situation stellt die Grundlage dar, auf der interagiert wird. Alle Beteiligten handeln die Situation prozessual aus und stecken mit ihren Perspektiven ab, welche *Dinge* zur Situation gehören und welche nicht.

- *Rolle*

Das Individuum existiert nicht einfach nur als Mensch mit Perspektiven in einer Situation. Es spielt auch immer eine sogenannte Rolle, in der es zu seinem

Gegenüber steht. Diese Rolle definiert sich über seine Persönlichkeit und Identität in der spezifischen Situation.

- *Vielfalt der Rollen*

Durch die Vielfalt der Rollen anderer kann sich das Individuum entwickeln. Denn die Vielfalt bedeutet Handlungs- und Erlebnisfähigkeit.

(Vgl. Krotz 2008: 38)

Kommunikation eines Individuums mit anderen setzt voraus, dass das was gesagt wird, von seinem Gegenüber verstanden wird. Es muss sich also überlegen was und wie es etwas sagt, dass es verstanden wird und es muss in der Lage sein, zu antizipieren was sein*e Kommunikationspartner*in verstehen kann. Die zuhörende Person muss verstehen, was die erzählende Person gemeint hat und überlegen, wie sie darauf reagieren soll, um wiederum verstanden zu werden. (Vgl. Krotz 2008: 39)

„Kommunikation verlangt mithin, dass sich jeder Beteiligte auf den anderen, auf dessen Intentionen, Symbolwelten, Inszenierungen und Ausdrucksweisen einlässt – nur dann kann man von Kommunikation sprechen.“ (Krotz 2008: 39)

Zentral sind beim Kommunizieren das *Sich-darauf-einlassen* und das versuchen in die Rolle des anderen zu schlüpfen, um die andere Perspektive wiedergeben zu können. Nur dann kann erschlossen werden, was das Gegenüber gemeint hat. Die eigene Lebensrealität, geformt durch gesellschaftliche und kulturelle Rahmenbedingungen, ist somit Grundlage von Verständigung. Krotz (2008: 39) beschreibt das in einem anschaulichen Satz:

„Ich verstehe einen gesprochenen Satz oder allgemeiner, ein Kommunikat, nicht, weil es als Schallwelle in mein Ohr transportiert wird, sondern weil ich es als absichtsvoll produzierte Zeichenfolge eines Menschen akzeptiere, mich darauf einlasse, indem ich es probeweise als mein eigenes übernehme, es mir dadurch einsichtig mache und es dann von meiner Rolle aus in meiner Perspektive interpretiere und beurteile“

Von zentraler Bedeutung ist, dass durch das Hineinversetzen in andere Rollen, Entwicklung der eigenen Person stattfinden kann. Dieser kommunikative Prozess veran-

lasst außerdem, dass Menschen erkennen, wie andere ihre Rolle, Situation und Perspektiven wahrnehmen. Man erlebt sich in der Rolle von anderen und kommt zu einem zusätzlichen Bild seines Selbstbewusstseins. Das ist eine Art Selbstreflexion, die dazu führen kann, die eigenen Perspektiven zu überdenken und gegebenenfalls zu verändern. (Vgl. Krotz 2008: 41)

2.2.1 Medien und Wirklichkeit

Man kann sagen, dass alle Informationen, die Menschen durch Publikationen jeglicher Art erhalten, Nachrichten aus zweiter Hand sind. Denn bevor etwas publiziert wird, wird es von jemand anderem aufbereitet. Diese Menschen sind in vielen Fällen Journalist*innen. Es stellt sich also die Frage wie Journalist*innen die Wirklichkeit abbilden, beziehungsweise wie sie Medienrealität erzeugen und wie diese wirkt. (Vgl. Burkart 2019: 238)

Gatekeeping

Bei dem Konzept des Gatekeepers werden die Journalist*innen als die Schaltstelle zwischen *Wirklichkeit* und Publikum gesehen, die entscheidet welche Nachrichten über die Medien an die Rezipient*innen weitergetragen werden. Gatekeeper, zu deutsch Schleusenwärter*innen, treffen eine Vorauswahl der Nachrichten, über die man berichten könnte. Eine Studie von David M. White (1950), die auf der Pionierarbeit von Kurt Lewin (1947) aufbaute, ergab, dass Redakteur*innen die Nachrichten, die sie von Nachrichtenagenturen bekamen aufgrund von subjektiven Präferenzen auswählten. (Vgl. Burkart 2019: 244 f¹, zit. nach White, nach Lewin) Spätere Studien ergaben allerdings, dass es deutlich mehr und wesentlichere Faktoren gibt, die Journalist*innen bei der Selektion beeinflussen. Das kann zum Beispiel Zeitdruck, Blattlinie des Mediums, Platzmangel etc. sein. Als sekundäres Gatekeeping bezeichnet man das Phänomen, wenn das Publikum in das Gatekeeping eingreift. Vor allem durch das Internet spielt sekundäres Gatekeeping eine große Rolle. User*innen können publizierte Informationen teilen und kommentieren und sorgen so für eine größere Reichweite der

¹ White, David Manning (1950): The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News. In: Journalism Quarterly, 27(4): 383-390.

Lewin, Kurt (1947): Channels of Group Life, Social Planning and Action Research. In: Human Relations, 1(2): 143-153.

Nachricht. (Vgl. Engelmann 2016: 14 ff) Andererseits kann das Zeitalter des Internets auch als ein Ende des Gatekeepings aufgefasst werden. Denn viele Faktoren, die Journalist*innen beim Auswählen von Nachrichten bedenken mussten, wie Platz und Sendezeit, sind im Internet irrelevant. Journalist*innen in der Rolle als Gatekeeper sind allerdings immer noch relevant, denn aus der Fülle an Nachrichten, die im Netz vorliegt, ist es schwierig die herauszufiltern, die seriös und von Qualität sind. (Vgl Newman 2020)

Agenda-Setting

In der Erforschung der Medienwirkung wurde seit den 1970er Jahren verstärkt der Fokus auf *kognitive Wirkungsphänomene* gelegt. Eine der relevantesten Theorien diesbezüglich ist die Agenda-Setting-Theorie. Die Theorie besagt, dass vor der Beeinflussung des Publikums durch die Medien die Themensetzung steht. (Vgl. Bonfadelli 2004: 235 ff) Die Themen, die auf die Medienagenda gesetzt werden, setzen einen Bedeutungsschwerpunkt beim Publikum. Dieses wird somit nicht nur über bestimmte Ereignisse informiert, sondern ihm wird auch eine bestimmte Relevanz der Themen vermittelt. (Vgl. McCombs/ Shaw 1972: 176)

Den Beginn der Agenda-Setting-Studie machten McCombs und Shaw 1972 bei ihrer Chapel Hill Studie. Sie untersuchten bei einem Wahlkampf in einer Gemeinde in North Carolina wie wichtig den Wähler*innen welche Themen waren und analysierten analog dazu welche Themen die Medien publizierten. Das Ergebnis war eine tendenzielle Übereinstimmung von Medienagenda und Bedeutung der Themen für die Wähler*innen. Eine Kausalität konnte nicht eindeutig bewiesen werden, wird aber von den Autoren als wahrscheinlich betrachtet. (Vgl. McCombs/ Shaw 1972) 25 Jahre nach den ersten Untersuchungen zum Thema Agenda-Setting kann man sagen, dass Agenda-Setting-Effekte existieren und das nicht nur durch Zeitungen, sondern auch durch das Fernsehen und das Internet (vgl. Rußmann 2007).

Medien sind nicht in der Lage die Welt wie sie ist 1:1 wiederzugeben. Sie können immer nur einen kleinen Teil von den Geschehnissen aufgreifen und für die Öffentlichkeit aufbereiten. Das geschieht durch den Prozess der Selektion. Journalist*innen wählen aus, legen die Relevanz für ein Thema fest und entscheiden über welche Themen publiziert wird. (Vgl. Bonfadelli 2004: 237) Bevor man sich also Gedanken darüber

macht wie Rezipient*innen durch Massenmedien beeinflusst werden, ist zunächst einmal die Frage zu klären, über was die Rezipient*innen nachdenken. B. Cohen sagte schon 1963:

„that the media may not be successful in telling people what to think, but they are stunningly successful in telling them what to think about“ (Bonfadelli 2004: 238², nach McCombs/ Reynolds)

Drei Modellvarianten für die Agenda-Setting-Theorie wurden entwickelt (vgl. Burkart 2019: 197³, zit. nach McCombs):

1. *Awareness-Modell*

Hierbei geht man davon aus, dass die Rezipient*innen auf bestimmte Themen aufmerksam gemacht werden, die die Medien zuvor ausgewählt und darüber berichtet haben

2. *Salience-Modell*

Es besagt, dass die Relevanz, die die Medien über verschiedene Themen vermittelt, auch die Gewichtung für die Themen beim Publikum beeinflusst

3. *Prioritätenmodell*

Dieses Modell baut auf dem Salience-Modell auf, allerdings wird hier drastischer davon ausgegangen, dass die Prioritätenfestlegung der Medien 1:1 auf die Relevanz für die Themen bei den Rezipient*innen übertragen werden kann.

Die Agenda-Setting-Theorie so zu akzeptieren, wäre allerdings zu simpel. Zum Beispiel muss bedacht werden, dass die Themensetzung durch die Journalist*innen auch durch das Publikum beeinflusst werden kann, sobald sich die Medien an den Präferenzen ihrer Rezipient*innen orientieren. Dazu kommt, dass zu Zeiten des Web 2.0 jeder Mensch mit einem Internetzugang theoretisch seine Meinung auf den verschiedensten Plattformen kundtun kann und somit aktiv selbst zum Agenda-Setting beitragen kann. (Vgl. Burkart 2019: 198) Es ist längst üblich, dass Journalist*innen

² McCombs, Maxwell/ Reynolds, Amy (2002): News Influence on Our Pictures of the world. In: Bryant, Jennings/ Zillmann, Dolf (Hg.): Media Effects. Advances in Theory and Research. Hillsdale, N.J., S.1-18.

³ McCombs, Maxwell E. (1977): Newspaper Versus Television: Mass Communication Effects Across Time. In: Shaw/McCombs (Hg.): 89-106.

sich durch Social Media Kanäle bezüglich ihrer Themenwahl inspirieren lassen. Dennoch gibt es eine Publikumsagenda durch soziale Netzwerke nur bedingt, da die journalistische Berichterstattung die Themen auf den Sozialen Medien stärker beeinflusst als umgekehrt. (Vgl. Maurer 2017: 71)

2.3 Die Aufgabe von Journalist*innen

„Die zentrale Aufgabe des Journalismus ist die Komplexitätsüberbrückung, die Vermittlung zwischen den voneinander geschiedenen Lebenswirklichkeiten, die Übertragung des jeweils isolierten Erfahrungswissens in eine jedermann zugängliche, eben „offene“ Sphäre, um so für alle die Möglichkeit der Partizipation am gesellschaftlichen Ganzen zu sichern.“ (Pöttker 2000: 377)

So beschreibt Pöttker die Aufgabe von Journalist*innen. Ihm zufolge geht es in erster Linie darum, die Gesellschaft zu informieren und ihnen so eine Möglichkeit zu geben am Geschehen teilzuhaben. Er sagt weiter, dass Journalist*innen im nächsten Schritt allerdings darauf achten müssen, dass bestimmte Ereignisse nur veröffentlicht werden dürfen, wenn ausgeschlossen werden kann, dass die Würde von den betroffenen Personen verletzt würde. (Vgl. Pöttker 2000: 377)

Meier (2018: 14) schreibt über die Aufgabe des Journalismus:

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

Um die Qualität des Journalismus zu sichern wurden Qualitätsmerkmale festgelegt. Sie beziehen sich hauptsächlich auf den Informationsjournalismus. Manche Merkmale schließen sich jedoch gegenseitig teilweise aus und alle haben einen gewissen Interpretationsspielraum, der es schwer macht Qualität zu messen. Dennoch bilden sich wenigstens sechs der neun gängigen Qualitätsmerkmale heraus, die sich inhaltsanalytisch bestimmen lassen. Folgende lassen sich definieren: (Vgl. Pöttker 2000: 375 ff)

1. *Richtigkeit/Objektivität*: Das bedeutet, die Informationen müssen unabhängig objektiv zu überprüfen sein. Sie müssen mindestens von zwei unabhängigen Quellen stammen, gegengeprüft und sorgfältig recherchiert sein.
2. *Vollständigkeit/Relevanz*: Die Nachrichten müssen vollständig sein, es darf nichts Relevantes weggelassen werden.
3. *Wahrhaftigkeit/Transparenz/Reflexivität*: Da das Streben nach Wahrheit niemals ganz erreicht werden kann, weil Wahrheit auch immer subjektiv ist, ist Wahrhaftigkeit ein Annäherungsversuch an Wahrheit. Das lässt sich erreichen in dem transparent gemacht wird, ob und welche Absichten verfolgt werden und um welche Textsorte beziehungsweise welches Genre es sich handelt.
4. *Verschiedenheit/Universalität/Komplexität*: Journalist*innen haben die Aufgabe komplexe Sachverhalte zu erklären. Beruhen aktuelle Geschehnisse auf historischen Ereignissen und lässt sich ihre Relevanz nur mit Vorkenntnissen erkennen, ist es die Aufgabe von Journalist*innen den Zusammenhang verständlich zu präsentieren.
5. *Unabhängigkeit*: Um glaubwürdig zu sein, muss Journalismus politisch unabhängig sein. Journalist*innen dürfen deshalb nicht bestechlich sein.
6. *Aktualität/Zeitigkeit*: Die publizierten Informationen müssen aktuell sein. Der Begriff bedeutet allerdings nicht immer Tagesaktualität. Aktuell sind auch Gedenktage oder Jubiläen. Genauso relevant sind auch Problemaktualitäten. Dieses Qualitätsmerkmal steht oft in Konkurrenz mit dem Merkmal Richtigkeit und Vollständigkeit. Durch den Wettbewerb, in dem viele Medien miteinander stehen, ist es wichtig Nachrichten möglichst als erster zu veröffentlichen. Da Richtigkeit und Vollständigkeit allerdings Merkmale sind, die viel Zeit in Anspruch nehmen, gehen diese teilweise zu Lasten der Aktualität unter.
7. *Verständlichkeit*: Ähnlich zu Qualitätsmerkmal 4 (Verschiedenheit/ Universalität/ Komplexität) geht es hierbei um die Reduktion von Komplexität. Die Sprache der Journalist*innen soll sachlich und einfach sein.

8. *Unterhaltsamkeit/ Stimulanz/ Originalität*: Um die Aufmerksamkeit der Rezipient*innen zu bekommen oder gewisse Themen anschaulicher und begreiflicher zu machen, ist es wichtig die Informationen dementsprechend aufzubereiten. Deshalb sollte bei qualitativer Berichterstattung auch der Unterhaltungsanspruch nicht fehlen.
9. *Dialogfähigkeit/Interaktivität*: Journalismus soll Öffentlichkeit herstellen, aber auch Beteiligung des Publikums ermöglichen. Nur wenn beides gelingt, kann man von Kommunikation sprechen. Dieses letzte Qualitätsmerkmal ist vor allem relevant seit die neuen Medien in unserer Gesellschaft eine Rolle spielen.

Der Österreichische Presserat (vgl. 2019) formuliert 12 Grundsätze für die publizistische Arbeit. Sie sollen die journalistische Sorgfaltspflicht sichern. Sie setzen sich wie folgt zusammen:

1. *Freiheit*: Dieser Punkt soll die Pressefreiheit wahren.
2. *Genauigkeit*: „Gewissenhaftigkeit und Korrektheit in Recherche und Wiedergabe von Nachrichten und Kommentaren sind oberste Verpflichtung von Journalisten.“
3. *Unterscheidbarkeit*: Den Rezipient*innen muss klar sein, ob es sich bei der Berichterstattung, um einen Kommentar oder um die Vermittlung von Fakten handelt. Ebenso, ob Journalist*innen ihre Meinung oder die Aussagen von anderen Personen wiedergeben.
4. *Einflussnahme*: Dieser Punkt soll die Unabhängigkeit von Journalist*innen sichern. Ihre Berichterstattung darf nicht von Außenstehenden beeinflusst werden. Sie dürfen sich nicht bestechen lassen.
5. *Persönlichkeitsschutz*: Die Würde von Personen, über die gegebenenfalls berichtet wird, muss unter allen Umständen gewahrt werden.
6. *Intimsphäre*: Genauso muss die Intimsphäre eines jeden Menschen geschützt werden.
7. *Schutz vor Pauschalverunglimpfung und Diskriminierung*: „Jede Diskriminierung wegen des Alters, einer Behinderung, des Geschlechts sowie aus ethnischen, nationalen, religiösen, sexuellen, weltanschaulichen oder sonstigen Gründen ist unzulässig.“

8. *Materialbeschaffung*: Um an Material für die Berichterstattung zu kommen dürfen keine unerlaubten Mittel angewandt werden.
9. *Redaktionelle Spezialbereiche*: Alle relevanten Informationen zu bestimmten Themen sollen auch in Spezialbereichen wiedergegeben werden (Bsp.: Menschenrechtsverletzungen in bestimmten Ländern, sollen auch im Reise- und Tourismusbereich wiedergegeben werden).
10. *Öffentliches Interesse*: Personen, die von öffentlichem Interesse sind dennoch schutzbedürftig. Hier muss sorgfältig mit etwaigen Veröffentlichungen umgegangen werden.
11. *Interessen von Medienmitarbeitenden*: Persönliche und geschäftliche Interessen von Medienmitarbeitenden dürfen keinen Einfluss auf redaktionelle Inhalte haben.
12. *Suizidberichterstattung*: Bei der Berichterstattung über Suizid müssen Zurückhaltung und ein großes Verantwortungsbewusstsein von Seiten der Journalist*innen gewährleistet werden.

2.3.1 Publizistische Objektivität

Objektivität im Journalismus ist seit jeher ein schwieriges Thema. In vielen Richtlinien, die Qualitätsjournalismus sichern sollen, wird auf sie verwiesen. Objektivität gilt immer noch als ein Qualitätsmerkmal. Obwohl schon seit vielen Jahren das Bewusstsein darüber herrscht, dass Objektivität niemals erreicht werden kann. (Vgl. Saxer 2012: 11 f) Im Wörterbuch zur Publizistik von 1970, steht geschrieben:

„Da die öffentliche Kommunikation stets von den Gefühlen und Haltungen der Berichtenden abhängt, ist Objektivität im Bereich der Publizistik ausgeschlossen.“ (Koszyk/ Pruys 1970: 263)

Fox und Park (2006: 37) formulieren, dass journalistische Arbeit „neutral, unbiased, and balanced [...], and void of personal ideology and values“ sein muss.

Es gibt viele Definitionen von Objektivität im Journalismus. Konsens über die Auffassung von Objektivität herrscht nur darüber, dass es keinen Konsens gibt. Ulrich Saxer (vgl. 2012: 13 f) formuliert vier Auffassungen, die man zur Objektivität haben kann:

1. Die Möglichkeit Objektivität zu erreichen und sie als Ideal in der Berichterstattung zu stilisieren wird ohne Einwände akzeptiert.
2. Die Möglichkeit Objektivität zu erreichen und objektive Berichterstattung werden kritisch angestrebt. Objektivität wird als grundsätzliche Norm im Journalist*innenberuf gesehen. Ihre Erreichbarkeit aber nicht strikt gefordert beziehungsweise für möglich gehalten.
3. Die objektive Berichterstattung wird zwar prinzipiell gewünscht, es herrscht aber eine Einigung darüber, dass die praktische Umsetzung nicht möglich ist. Anstatt wirklichkeitsabbildend zu berichten, wird gefordert sachlich zu sein bzw. eine pluralistische Meinungsrepräsentation zu liefern.
4. Objektivität als Ideal anzustreben und ihre Anwendbarkeit für möglich zu halten wird entschieden abgelehnt.

Saxer (2012: 16) geht davon aus, dass Auffassung Nummer 3 diejenige ist, die die Mehrzahl der Journalist*innen vertritt. Er merkt allerdings auch kritisch an:

„Jedenfalls fungiert die These von der Impraktikabilität der Objektivitätsnorm de facto sehr oft als Gegenideologie zu den in den Regulativen niedergelegten Beschneidungen gruppenhafter oder individueller publizistischer Subjektivität.“

Weiter sagt er zu Auffassung 4, dass diese kategorische Ablehnung von Objektivität nur in politisch extremen Lagern auftreten würde. Ihr „ideologischer Ausschließlichkeitsanspruch“ und ihr Verhältnis zur Objektivität sei „weniger kognitiv als aktivistisch motiviert und richtet sich weniger gegen dieses publizistische Prinzip als gegen die liberale beziehungsweise bürgerliche Demokratie überhaupt“ (Saxer 2012: 17). Die linke, marxistische Denkweise würde die kapitalistische Gesellschaft als manipulativ sehen. Von ihr könne also keine Objektivität ausgehen. Aus dieser Auffassung würde sich eine neue Art der Objektivität entwickeln, die nur durch marxistisches Bewusstsein erlangt werden könnte. Dadurch würde sich Position 4 von der Objektivität als abzulehnender Problemfall in Position 1 wandeln, die Objektivität im marxistischen Sinne komplett entproblematisiert. (Vgl. Saxer 2012: 17 f)

Saxer kritisiert die vollkommene Ablehnung von Objektivität. Er hält eine solche Position in einer demokratischen Gesellschaft für falsch. Um praktische Objektivität in der

Publizistik umsetzen zu können, schlägt er vor, bestimmte Techniken zu entwickeln. Um eine objektive Informationsproduktion garantieren zu können, muss bezüglich der Arbeitsweisen ein common sense sowohl bei Redakteur*innen als auch beim Publikum herrschen. Solche Klassifikationen für Medien sind „Information“, „Kommentar“, „harte Nachrichten“ oder „weiche Nachrichten“. (Vgl. Saxer 2012: 54 f) Der common sense beruht auch auf Menschenverstand. Tatbestände, die man höchstwahrscheinlich für richtig hält, können einfach angenommen werden und unwahrscheinliche abgelehnt werden. Bei zweifelhaften Informationen sollte man noch einmal recherchieren, bei Kontroversen sollte man sich verschiedene Meinungen von Menschen einholen, die Expert*innen zum betreffenden Thema sind etc. Ist das alles erfüllt, kann man von einer „zuverlässigen, eben *objektiven* Orientierungsgrundlage“ sprechen. (Vgl. Saxer 2012: 55)

Es können 4 Phasen unterschieden werden, die Objektivität in der Publizistik sichern sollen (vgl. Saxer 2012: 57 ff):

1. Kontrolltechnik: Hierbei geht es darum die Richtigkeit und unterschiedlichen Quellen zu einem Tatbestand zu berücksichtigen und die eigene Meinung nicht in die Berichterstattung einfließen zu lassen.
2. Interpretationshilfe: Informationen sollen komplexitätsreduziert vermittelt werden. Das bedeutet auch klar zwischen Tatsache und Meinung zu unterscheiden.
3. Selektion: Die Selektion soll die Einseitigkeit von Tatbeständen umgehen.
4. Ausgewogenheit in der Präsentation: Das schließt die Repräsentation von einseitigen Meinungen aus. Saxer betont bei diesem Punkt, dass damit allerdings nicht die Politisierung jeglicher Tatbestände gemeint ist.

„Publizistische Objektivität, so kann gesagt werden, meint die Verpflichtung bzw. den Willen zu einer möglichst unverzerrten und daher allgemein annehmbaren publizistischen Beschreibung der Wirklichkeit. Das Resultat publizistischer Objektivität ist mit anderen Worten eine Aussagenproduktion, die nach allgemeinem Konsens als wirklichkeitstreu gilt, als maßstabsgerechte Verkürzung aller nach der gemeinsamen Wirklichkeitserfahrung und dem gemeinsamen Sinnhorizont relevanten Dimensionen der Realität.“ (Saxer 2012: 20)

Saxer ist sich bewusst, dass auch die publizistische Objektivität nie vollkommen sein kann.

Objektivität als journalistisches Ideal

Es stellt sich die Frage woher der Anspruch an eine objektive Berichterstattung überhaupt kommt. Historisch gesehen war es vor allem in den USA und in Großbritannien notwendig Objektivität als Leitnorm in den Journalismus zu integrieren als in den 1830er bis 1850er Jahren politisch eine demokratische Umgestaltung stattfand. Die Presse wurde von parteipolitischem Einfluss getrennt und wollte als breite, neutrale Informationsvermittlung möglichst viele Leser*innen für sich gewinnen. Objektive Berichterstattung war also zunächst ein Mittel, um die finanzielle Loslösung vom Staat zu ermöglichen, indem man die Presse für die unterschiedlichsten Leser*innen attraktiv zu machen versuchte und als Kaufkraft für sich zu gewinnen. Es wird davon ausgegangen, dass Anfang des 20. Jahrhunderts Journalist*innen begannen Objektivität in ihr Selbstbild als Journalist*innen zu integrieren. Aufgrund von Kritik aus der Bevölkerung und Misstrauen den Journalist*innen gegenüber waren diese bemüht, ihre Professionalität durch die Integration von Objektivität zu retten. (Vgl. Schudson 1978: 121 ff) Tuchman (vgl. 1972: 660 ff) stellte die These auf, dass Objektivität auch als strategisches Ritual fungiert. Sie wird eingesetzt, um zum einen bestimmte Arbeitsweisen vorzugeben, die den Journalist*innen dabei helfen sollten Deadlines besser einzuhalten. Eine emotionslose, unvoreingenommene Haltung in der Berichterstattung soll das besser ermöglichen. Und zum anderen soll Objektivität im Journalismus die Journalist*innen nicht angreifbar machen.

Objektivität als journalistisches Ideal sollte durch Pressekodizes, die den Wert der öffentlichen Meinungs- und Willensbildung absichern, umgesetzt werden. Die Bedeutung der Objektivitätsnorm in den USA wird durch die Hutchins Commission deutlich. Nach dem zweiten Weltkrieg sollten die Medien eine soziale Verantwortlichkeit übernehmen. Diese könne nur erreicht werden, wenn die Medien eine Informationsquelle darstellen, die staatlich unabhängig ist. Die Bürger*innen sollen ohne subjektive und politisch manipulative Einflüsse über Weltgeschehen informiert werden und sich so selbstständig eine Meinung bilden. (Vgl. Kaplan 2006)

Lippmann (1920: 10 f) sagt dazu:

„[T]he most destructive form of untruth is sophistry and propaganda by those whose profession it is to report the news [...]. Incompetence and aimlessness, corruption and disloyalty, panic and ultimate disaster, must come to any people which is denied an assured access to the facts.“

Dennoch konnte in einschlägigen Studien festgestellt werden, dass Berichterstattung nicht ohne subjektive Einflüsse der Journalist*innen stattfindet. Journalist*innen tendieren dazu die eigene Einstellung in die Informationsselektion einfließen zu lassen und viele sehen darin auch eine gewisse Problematik. Allerdings führt das bloße Erkennen nicht dazu, etwas daran zu ändern. Vielmehr weisen sie den Vorwurf eher von sich. Das konnte auch in einer Studie von Mothes bestätigt werden. (Vgl. 2014: 272 ff) Die Devise lautet:

„I’m a hypocrite, but so is everyone else“ (McKimmie et al. 2003: 214)

Schudson (vgl. 2001: 150) hat dazu allerdings herausgefunden, dass sorgfältig und akkurat zu arbeiten nicht im Konflikt mit der Arbeitsweise von Journalist*innen steht, die die Objektivitätsnorm kritisch sehen. Lügen, inakkurates Arbeiten und Fehlinformationen würde auch von parteiergreifenden Journalist*innen abgelehnt werden. Es müsse allerdings gesichert sein, dass die Medien eine Vielfalt an Wirklichkeitsperspektiven anbieten, aus der die Rezipient*innen dann wählen können. Das sei jedoch nicht der Fall, da verschiedene Studien ergeben haben, dass Journalist*innen sich politisch eher links verorten und somit nur eine Minderheit der Bevölkerung politisch widerspiegeln. (Vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006a: 69 ff)

Kritik an der Objektivität als Leitnorm

Kritiker*innen sehen in der Objektivität als Leitnorm die Gefahr, dass gesellschaftlich etablierte Machtstrukturen durch die reine Berichterstattung von Fakten, reproduziert und somit erhalten bleiben. Eine Interpretationsleistung von Journalist*innen dürfte deshalb nicht kategorisch ausgeschlossen werden. (Vgl. Schudson 1978: 184)

Weiter wird die Ausgewogenheitsnorm kritisiert. Eine strikte Ausgewogenheit der Be-

richterstattung von zwei Konfliktpartner*innen kann zu einer Verzerrung der Verhältnisse führen, wenn die Inhalte, Glaubwürdigkeit und Relevanz der Konfliktpartner*innen nicht auch perfekt ausgewogen verteilt sind. (Vgl. Boykoff/Boykoff 2004: 125 f)

2.3.2 Journalistisches Rollenverständnis:

Missionar*innen oder neutrale Vermittler*innen?

In der Journalismusforschung treffen zwei gegenpolige Schulen aufeinander. Die eine, die Journalist*innen als die neutralen Vermittler*innen von Informationen sehen und die anderen, die in Journalist*innen Missionar*innen sehen, die andere mit ihren Publikationen beeinflussen wollen. Dabei steht die Frage im Zentrum, ob das eigene Wertesystem, die politische Einstellung und die subjektive Präferenzen der Journalist*innen Auswirkungen auf ihre professionelle Arbeit haben. Sieht man sich die parteipolitische Gesinnung der Journalist*innen in Deutschland an, wird deutlich, dass sich der Großteil politisch links der Mitte verortet. Seit den 1970er Jahren wird dem Journalismus ein Links-Vorwurf gemacht und darüber diskutiert, ob Journalist*innen ihre politischen Präferenzen in ihre Arbeit einfließen lassen.

Die individuums- und subjektorientierte Forschung geht davon aus, dass das der Fall ist. (Vgl. Jarren/Donges 2011: 155ff) Kepplinger (2004: 98) sagt dazu:

„Die Verteilung der politischen Einstellungen im Journalismus weicht von der entsprechenden Verteilung in der Gesamtbevölkerung ab. Die Mehrheit der Journalisten ist links von der Mehrheit der Gesamtbevölkerung. Die generellen, themenunabhängigen politischen Einstellungen von Journalisten besitzen einen erheblichen Einfluss auf ihre Meinung zu konkreten, aktuellen Kontroversen. Diese besitzen einen signifikanten Einfluss auf die Einschätzung des Nachrichtenwertes von konfliktrelevanten Meldungen. Sie besitzen zudem einen signifikanten Einfluss auf die Berichterstattung über aktuelle Konflikte.“

Das sind allerdings nicht die einzigen Einflussfaktoren. Das Medium, das Ressort und die redaktionelle Line des Mediums sind wichtig und dürfen nicht übersehen werden. (Vgl. Kepplinger 2011: 130) Auch eine Studie von 2005, in der Journalist*innen zu ihrem Selbstverständnis befragt wurden, ergibt, dass 90 Prozent der Befragten ihre Rezipient*innen neutral informieren wollen. Drei Viertel nehmen es sich zur Aufgabe dem Publikum komplexe Sachverhalte näher zu bringen und schnelle Informationen

zu liefern. Wichtig ist ebenso vielen, die Realität so abzubilden, wie sie ist. Die Hälfte der Journalist*innen sehen ihre Aufgabe im Aufzeigen von Missständen. Ein Drittel will Menschen eine Stimme geben, um Meinungen zu bestimmten Themen zu äußern. Für diskriminierte Gruppen in der Gesellschaft möchten sich 29 Prozent einsetzen. Sich selbst als Kontrollfunktion (23,5 Prozent) und als Akteur*innen, die aktive politische Ziele mitbestimmen möchte (13,8 Prozent), sehen sich eher wenige. Das Fazit der Studie ist, dass Journalist*innen in Deutschland sich eher dem Informationsjournalismus zugehörig und sich stark der Berufsethik verpflichtet fühlen. (Vgl. Weischenberg et al. 2006: 356)

Interventionsjournalismus, also Journalismus, der sich für sozial Benachteiligte einsetzen möchte, stößt eher auf Ablehnung. Meinung zu beeinflussen und einen Wandel der gesellschaftlichen Verhältnisse zu erreichen, ist nicht das, was die Mehrheit der Journalist*innen anstrebt. Studien zeigen allerdings, dass Journalist*innen, die ein aktiv-partizipatorisches Rollenverständnis haben, ihr Wertsystem in ihre Berichterstattung miteinfließen lassen. (Vgl. Hellmueller/Tandoc/Vos 2013: 541 f) Eine weitere Studie aus Dänemark von 2013 zeigt zum Beispiel, dass die Haltung zur Objektivitätsnorm in kausalem Zusammenhang mit dem Rollenverständnis steht. Journalist*innen, die Objektivität im Journalismus eine geringe Bedeutung beimessen, streben es stärker an, ihre Rezipient*innen zur Lösung sozialer Ungerechtigkeiten zu motivieren. Während umgekehrt Journalist*innen, die sich der Objektivität verschreiben, über Ereignisse in der Welt neutral Bericht erstatten wollen. Außerdem wurde festgestellt, dass Journalist*innen, die sich politisch weiter links verorten, weniger an der Objektivitätsnorm festhalten als andere. (Vgl. Skovsgaard/Albæk/Bro/ de Vreese 2013: 35 ff)

„[...] it makes sense that the more a journalist adheres to the passive mirror role the more important he or she finds it to exclude his or her own beliefs from the journalistic product; whereas the more emphasis a journalist puts on mobilizing people around solutions to societal problems the less important is the aspect of excluding subjective beliefs from journalism. (Skovsgaard et al. 2013: 36 f)

Dass linke Journalist*innen objektive Berichterstattung für weniger relevant halten, wurde auch schon 1993 in einer Studie von Donsbach und Klett eruiert. Konservativere Journalist*innen halten die Objektivitätsnorm dagegen hoch. (Vgl. Donsbach/Klett 1993: 75) Es ist nicht verwunderlich, dass sich Journalist*innen, die sich politisch links

verorten eher in einem aktiveren Rollenbild wiederfinden. Das Streben nach sozialer Gerechtigkeit, was linksorientierten Menschen ein Anliegen ist, lässt sich mit dem Selbstverständnis als aktivere Journalist*innen gut vereinbaren. Indem sie zum Beispiel bestimmte Themen aufgreifen und auf Missstände aufmerksam machen, lassen sich diese leichter verändern. (Vgl. Baugut/ Scherr 2014: 444)

2.4 Emotional turn

Seit ca. 20 bis 30 Jahren gibt es in den verschiedensten Wissenschaften die Tendenz Emotionen näher zu beleuchten beziehungsweise zu erforschen. Das betrifft auch die Kultur-, Sozial- und Geisteswissenschaften. Dieser Fokus auf Emotionen nennt sich „emotional turn“. Er hat zwei Ebenen. Die erste ist die kognitive, welche sich auch in der Sprache widerspiegelt und die zweite ist die bewusste Handlungsebene, die darstellt wie Emotionen die Lebensrealitäten unserer Gesellschaft beeinflussen. Fundamental im emotional turn ist die Abwendung des Rationalen als Ideal des menschlichen Handelns, ebenso wie die Abkehr des linguistic turns, bei dem man davon ausgeht, dass Sprache eine rationale Rekonstruktion sei. (Vgl. Senge 2013: 11 f)

Eva Illouz spricht vom „Aufstieg des Homo Sentimentalis“ und meint eine Rückkehr zu den Gefühlen im 21. Jahrhundert, nachdem die Epoche der Aufklärung Rationalität zum Ideal gemacht hatte. Dinge, wie die Selbstverwirklichung von Individuen, emotionale Intelligenz und Empathie werden in unserer Gesellschaft immer wichtiger. Die Grenzen zwischen Privatheit und Öffentlichkeit, wie von Feminist*innen schon seit Jahren gefordert, verschwimmen und die Existenz von psychischen Krankheiten findet immer mehr Akzeptanz und Empathie. (Vgl. Senge 2013: 11⁴, zit. nach Illouz 2007)

Die positive Resonanz des emotional turn lässt sich laut Fischer durch das kritisch-emanzipative Erkenntnisinteresse erklären. Das Akzeptieren von Emotionen als entscheidender Faktor für unsere Lebensrealitäten steht oppositionell und gesellschaftskritisch den „modern-kapitalistischen Rationalisierungsmechanismen“ gegenüber. Der emotional turn bietet im Gegensatz dazu eine Alternative, die die „Optimierungserwartung des Lebens“ anstrebt, indem ausbeuterische Mechanismen im Kapitalismus hinterfragt werden. (Fischer 2015: 13 ff)

⁴ Illouz, Eva (2007): *Cold Intimacies*. Cambridge. Polity Press.

„eine Hintergrundbedingung für die Emergenz des Emotional turns seit den 80/90er Jahren könnte der Verfall, die Erschöpfung, die revolutionäre Überwindung eines der ganz großen Rationalitätsprojekte moderner Vergesellschaftung sein – der sozialistisch-kommunistischen Moderne, in der im Selbstvertrauen der Vernunft das 20. Jahrhundert lang die rational plan- und machbare Gesellschaft Gestalt angenommen hatte. Mit diesem 1989/90 manifest werdenden praktischen Scheitern eines umfassenden geschichtsphilosophischen Rationalitätsprojekts der Menschheit ist auch das Erklärungspotential von Rationalisierungsansätzen überhaupt in den Kultur- und Sozialwissenschaften [...] an ein Limit gekommen“ (Fischer 2015: 17)

Weiter geht Fischer davon aus, dass das immer deutlichere und stetig steigende Erscheinen von Frauen in der Wissenschaft ein Grund für den emotional turn sein könnte. Das Klischee der Frauen als emotionale Wesen, die den Männern als den rationalen Denkern gegenüberstehen, würde insofern bestätigt, als dass man davon ausgeht, dass der über Jahrhunderte aufrechterhaltene, sozialkonstruierte Dualismus, sich in die erlernte Lebensrealität von Forscherinnen niederschlägt – und somit Auswirkungen auf ihre Art zu Forschen hat. (Vgl. Fischer 2015: 18)

2.4.1 Emotionalität im Journalismus

Der Journalismus von heute ist interaktiv und offen. Das alltägliche Leben der Menschen vermischt sich mit der Berichterstattung darüber. Vor allem Social Media ist zum großen Teil dafür verantwortlich. Auch die bekannten Nachrichtensender sind auf Social Media vertreten und müssen herausfinden, wie sie Affektivität, die vom Publikum gewünscht ist, mit Journalismus verbinden können. (Vgl. Beckett/Deuze 2016: 1)

„Today’s news professionals have to work in this world where their craft is blended into people’s digital mobile lives alongside kittens, shopping, sport, music, online dating and mating rituals, pornography, and games.“ (Beckett et al. 2016: 2)

Die intime Beziehung zwischen Technologie und Menschen sowie das Bedürfnis nach Interaktion zwischen Publikum und Nachrichtensendern fußt auf Emotionen. Der Wandel in der Gesellschaft und im Journalismus führen dazu, dass Emotionen eine immer größere Rolle spielen, sowohl in der Produktion von Nachrichten, als auch in der Rezeption. Emotionen in den Fokus von Nachrichten zu setzen, definiert das journalistische Ideal der Objektivität neu. Fakten hart und emotionslos an das Publikum zu transportieren, kann dazu führen, dass es sich von den Medien abwendet, weil es die Negativität der Nachrichten nicht mehr erträgt (Vgl. Beckett et al. 2016: 2 f)

„Journalism must not lose its competitive, critical, independent edge. It must tell people things they do not always want to hear. But it should also find better ways to give context and promote understanding so that we pay attention to and engage with the news. In the digital context, it should come as no surprise that more or less new conceptualizations of news are emerging—including, but not limited to constructive, activist, and participatory journalism.“

(Beckett et al. 2016: 3)

Klar ist für Beckett und Deuz (vgl. 2016: 3) jedenfalls, dass der Journalismus neue Wege finden muss, um das Publikum zu erreichen. Ganz vorne mit dabei ist der emotionale Ansatz. Allerdings widerspricht Emotionalität in die journalistische Berichterstattung zu integrieren zunächst dem grundsätzlichen Verständnis von Qualitätsjournalismus. Emotionen wurden traditionell als der Feind der Rationalität dargestellt. Obwohl schon wiederholt festgestellt wurde, dass Emotionen im Journalismus eine wichtige Rolle spielen, wurde ihre Integration dennoch denunziert. (Vgl. Wahl-Jorgensen 2012: 131 f) Emotionalisierte Berichterstattung wird oft mit Boulevardjournalismus in Verbindung gebracht, da dieser häufig mit persönlichen Geschichten sensationalisieren möchte, um Emotionen bei seinem Publikum zu wecken. Da die Boulevardpresse dem Qualitätsjournalismus entgegensteht, ist es naheliegend, dass sich dieser von Emotionen im Journalismus abkoppeln möchte und sich der Objektivität verschreibt. (Vgl. Connell 1998: 12)

Wie schon im Kapitel 3.3.1 *Publizistische Objektivität* kurz erwähnt, wird Objektivität nach Tuchmann (vgl. 1972: 668) als strategisches Ritual eingesetzt. Sie spricht weiter davon, dass auch Emotionalität ein Teil dieses strategischen Rituals ist. Emotionen stünden nämlich oft nicht im Kontrast zur Objektivität, sondern würden den Journa-

list*innen sogar dazu verhelfen ihre angestrebte Objektivität zu untermauern. Journalist*innen würden sehr wohl mit Emotionen arbeiten, allerdings nicht mit ihren eigenen, sondern mit einer ausgelagerten Form und zwar mit den Emotionen von den Personen, die in ihren Geschichten vorkommen. Durch Methoden wie das Zitieren von Meinungen anderer, kann die Integration von Emotionen nicht auf sie, als Berichterstatter*innen zurückfallen und werden somit nicht als subjektive Meinung wahrgenommen. Die Journalist*innen haben das Gefühl sich aus der Geschichte herauszunehmen, nur die Fakten sprechen zu lassen und somit objektiv zu arbeiten. (Vgl. Tuchman 1972: 668) Auch Loyn (vgl. 2003) sagt, dass Emotionalität der Objektivität nicht widerspricht. Er sagt, dass ein objektiver Ansatz im Journalismus nicht gefühllos sein müsse, im Gegenteil: er könne sehr emotional sein. Es ginge nur darum die Emotionen der Menschen, die für die Geschichte relevant sind, einzufangen, nicht die der Journalist*innen.

Die Integration von Emotionen in das story telling hat aber noch weitere Gründe. Sie hilft dabei Situationen besser zu verstehen und einordnen zu können. Sie weckt Empathie in den Rezipient*innen und hilft bei ihnen das *emotional involvement* zu kreieren. (Vgl. Wahl-Jorgensen 2012: 141 f)

Der Journalismus lässt einen Trend erkennen, der davon abweicht die Profession in traditionelle Dualismen aufzuspalten. Die Grenzen zwischen hart und weich, Fakt und Meinung sowie Information und Unterhaltung sind nicht mehr so trennscharf wie einst. (Vgl. Carpini Delli/Williams 2001: 165) Peters ist der Ansicht, dass Emotionen mehr sind als lediglich der Ausdruck von subjektiven Gefühlen und dass wir den Journalismus durch die Integration von Gefühlen sogar verbessern können (Vgl. Peters 2011: 299). Eine weitere Erkenntnis ist außerdem, dass es genaugenommen falsch ist zu sagen, dass der Journalismus in den letzten Jahren emotionaler geworden ist. Er war schon immer emotional. Die angestrebte Emotion, die dem Objektivitätsideal am besten stand war *kühl*. Aber kühl oder cool zu sein ist auch nichts Anderes als eine Emotion. Was sich durch den emotional turn aber tatsächlich geändert hat, ist die Variation an Emotionen im Journalismus, mit denen Journalist*innen versuchen, ihr Publikum in die Geschichte zu involvieren. (Vgl. Peters 2011: 299)

Obwohl Emotionen und ihre Funktion mittlerweile auch im seriösen Journalismus anerkannt werden, wird mit ihnen dennoch sensibel umgegangen, um die angeblich professionellen Werte wie Objektivität und Unparteilichkeit aufrechtzuerhalten (vgl. Glück

2016: 894). Davon abgesehen, dass emotionaler Journalismus dazu beiträgt, das Publikum besser abzuholen, muss auch darauf hingewiesen werden, dass Emotionen bei Journalist*innen selbst die journalistische Berichterstattung beeinflusst. Antje Glück (vgl. 2016: 901) geht aufgrund der Erkenntnisse ihrer Studie zum Thema Empathie im Journalismus davon aus, dass die Integration von Empathie den Journalismus sogar verbessert. Sie meint damit Journalist*innen, die Empathie besitzen und diese einsetzen. Sie geht sogar so weit zu sagen, dass qualitativ hochwertiger und ethischer Journalismus ohne Empathie seitens der Journalist*innen nicht erreicht werden kann. Denn Journalist*innen haben auch ihren Protagonist*innen gegenüber eine ethische Aufgabe. Sie müssen empathisch einschätzen können, wie sie mit Menschen umgehen, über die sie berichten, denen Schreckliches widerfahren ist. Das zu können muss mitgedacht werden, wenn man von gutem Journalismus spricht. (Vgl. Glück 2016: 284)

2.5 Aktivismus

Aktivismus ist nach Karl Popper (1965: 7) „die Neigung zur Aktivität und die Abneigung gegen jede Haltung des passiven Hinnehmers [...]“ Aktivismus oder politischer Protest ist politische Partizipation, allerdings nicht im institutionalisierten Sinne. Die politischen Prozesse werden nicht im gewohnten „parlamentarischen Entscheidungsfindungsprozess“ beeinflusst, sondern es wird auf andere Formen der politischen Teilhabe zurückgegriffen. (Vgl. Baringhorst 2009: 609) Politischer Protest ist laut Lipsky (1965: 1) eine „politische Ressource der Machtlosen“. Es werden also andere Partizipationsformen angewandt, weil keine übliche Teilhabe zur Veränderung von Machtverhältnissen möglich ist. Protestaktionen dienen dem Zweck, sich von den Machtinhabenden Gehör für die Forderungen der Machtlosen zu verschaffen. Aktivist*innen wollen deshalb auch andere potentielle Akteur*innen für ihre Forderungen gewinnen, um als größere Masse sichtbarer bei etablierten, regierenden Parteien zu werden. Eine wichtige Aufgabe von Aktivist*innen ist also auch das Aufmerksam machen auf Missstände, um mehr Menschen für die Forderungen zu überzeugen. Das bedeutet, dass politischer Protest auch immer sehr viel mit Kommunikation und Öffentlichkeit zu tun hat. Öffentlichkeit ist vor allem in modernen Gesellschaften oft medial hergestellte Öffentlichkeit. (Vgl. Baringhorst 2009: 609 f)

Das Internet bietet *neue* Möglichkeiten sich aktivistisch zu vernetzen und schafft es so eine neue Entwicklung des politischen Protests voranzutreiben (vgl. März 2010: 223 f). Bennett (vgl. 2003: 144) stellt fest, dass es für Aktivist*innen neue Potentiale gibt, sich zu mobilisieren und zu unterstützen. Durch das Internet können Gruppierungen aber nicht nur einfacher miteinander kommunizieren, sondern auch einen neuen Ort für ihren Protest schaffen.

Weltweit können sich Menschen an Online-Petitionen beteiligen, zu Boykottaktionen kann per Mail aufgerufen werden und sogar Demonstrationen können online abgehalten werden. Ob die Möglichkeit, die durch das Internet gegeben ist, wirklich zu mehr aktiver Partizipation an politischem Protest führt, ist allerdings umstritten. (Vgl. Bennett 2003: 144) Donk bemerkt, dass online nicht die gleiche Dynamik entstehen kann wie offline. Das Gruppengefühl, der Spaß und der Abenteuerfaktor würden fehlen. (Vgl. Donk/ Loader/ Nixon/ Rucht 2004: 18) Auch März (vgl. 2010: 258) kommt in ihrer Studie zu Online Aktivismus zu dem Schluss, dass Planung und Mobilisierung generell einfacher zu bewerkstelligen sind, tatsächlicher Online-Protest allerdings wenig Erfolg mit sich bringt.

2.5.1 Aktivismus im Journalismus

In einer Glaubwürdigkeitsstudie des WDR von 2016 wurde in Deutschland das Vertrauen von Bürger*innen gegenüber Journalist*innen gemessen. Die Ergebnisse waren erschreckend negativ. 46% gaben an dem Mainstreamjournalismus weniger zu vertrauen als in den Jahren zuvor. Ein Ansatz, das Vertrauen der Rezipient*innen wiederzugewinnen, ist es weg von der reinen Faktenvermittlung, hin zu lösungsorientiertem Journalismus. Das Publikum ist überwältigt von der Masse an schlechten Nachrichten und fühlt sich überfordert. Das Fokussieren auf Faktenvermittlung und Fakten checken ist also besonders in Zeiten von fake news nicht hilfreich, weil das Vertrauen gegenüber den Medien fehlt. Alternativ glauben einige Journalist*innen, dass die Integration von positiven Nachrichten und das Aufzeigen von Lösungsansätzen für die Probleme, der richtige Weg sei, das Publikum wieder für sich zu gewinnen. (Vgl. Rusch 2017: 511) Der Journalismus soll zu einer „[...] sinnstiftenden Informationsquelle für ihren Alltag [werden]“ (Rusch 2017: 511) Für diesen Trend gibt es verschiedene Bezeichnungen: Konstruktiver Journalismus/ Constructive Journalism, Solution-oriented

Journalism, Impact Journalism, Civic Journalism u.ä. (Vgl. Krüger 2019)

Dadurch würden Journalist*innen wieder eine Funktion bekommen, die die Gesellschaft als nützlich wahrnimmt. Wichtig bei dieser Interpretation von qualitativem Journalismus ist die Einstellung, dass man lösungsorientierten Journalismus nicht mit Aktivismus gleichsetzen dürfe und der Grad zum Aktivismus ein schmaler sei. Die Lösungen, die präsentiert werden, dürften nicht als einzig richtiger Weg dargestellt werden. (Vgl. Haagerup 2015: 92)

In Zeiten des Web 2.0 könnte es nicht einfacher sein selbstständig zu publizieren. Man muss nicht auserkoren werden, um seine Geschichte öffentlich zu machen, man veröffentlicht sich und seine Ansichten, Meinungen, Geschichten einfach selbst über die verschiedensten Plattformen. Man bringt Inhalte an die breite Masse und man muss sich nicht mehr damit abfinden, wenn die Mainstreammedien etwas publizieren, dem man nicht zustimmt, denn man hat die Möglichkeit selbst zum Medium zu werden. (Vgl. Lasica 2003) Participatory Journalism nennt es sich, wenn das Publikum in die Generierung von journalistischen Inhalten miteinbezogen wird. Die Art und Weise wie Participatory Journalism entsteht, verändert sich ständig. Gängige Methoden sind die Kommentare der Rezipient*innen zu integrieren sowie Diskussionsforen und User*innen Blogs, Reviews und Artikel, die die Rezipient*innen selbst geschrieben haben. (Vgl. Singer et al. 2011: 2) Participatory Journalism existiert, weil es Menschen gibt, die Teil der Medien sein möchten. Einem Großteil der Rezipient*innen reicht es nicht mehr einfach nur Inhalte von herkömmlichen Medien zu konsumieren. Sie wollen ein Teil davon sein und davon abgesehen auch Participatory Journalism konsumieren. Manche Menschen vertrauen Blogger*innen mehr als offiziellen Medien. Der Blogger Zeyad berichtete beispielsweise in seinem Blog *Healing Iraq* über den Irakkrieg. Als Iraker, der über das tägliche Geschehen im Irak schrieb, gewann er mehr Kreditibilität bei seinen Leser*innen als herkömmliche Medien, die über das gleiche Thema berichteten. (Vgl. Gillmor 2004: 136 f)

Das bedeutet jede*r kann heutzutage theoretisch Journalist*in sein. Ein anderes Beispiel ist Indymedia, eine linksradikale Internetseite, die von Aktivist*innen und Journalist*innen geführt wird. Es gibt viele Ableger der Seite. Sie wird derzeit in 68 Ländern betrieben. Der Slogan auf ihrer Seite ist „don't hate the media, become the media“. Hier veröffentlichen sie Artikel, die ihre politischen Ziele erklären, über ihre oder andere relevante Aktivitäten berichten und ihre Meinung kundtun. Indymedia bezeichnet sich

selbst als dem grassroot Journalismus zugehörig. (Vgl. Indymedia 2019) Was auch eine Art des partizipatorischen Journalismus ist (vgl. Grubisich 2005).

Das World Wide Web und damit auch Social Media Plattformen zieht natürlich auch an Journalist*innen nicht vorüber. Sieht man sich an, wie die Journalist*innen auf den Social Media Plattformen agieren, wird auffällig, dass die Grenzen zwischen Privatem und Professionellem verwischen. (Vgl. Hedman/ Djerf-Pierre 2013: 369) Journalist*innen agieren auf online Plattformen mit Kolleg*innen und Rezipient*innen, sie suchen dort nach Themen, über die sie berichten können und veröffentlichen dort auch. Das Veröffentlichen macht auch ihre Haltung und ihre Arbeitsweisen transparenter denn je. Transparenz wird dadurch zu einer neuen wichtigen Form des Journalismus. (Vgl. Karlsson 2011: 280 f) Und die Journalist*innen können durch ihre private Aktivität auf Social Media zu einer Art Marke der Privatperson stilisiert werden. (Vgl. Hedman/Djerf-Pierre 2013: 371 f)

Die Studie von Hedman und Djerf-Pierre, in der sie Journalist*innen zu ihrem Social Media Verhalten befragten, zeigt, dass nur etwa 5% der Journalist*innen *enthusiastic activists* sind, die Social Media privat und professionell sehr häufig nutzen und diese Bereiche auch miteinander vermischen. Diese Gruppe stellt sich aus eher jüngeren Journalist*innen zusammen. (Vgl. Hedman/Djerf-Pierre 2013: 382)

Journalismus vs. Aktivismus: eine falsche Dichotomie?

Glenn Greenwald, der Journalist, der 2013 über Edward Snowden und das NSA-Überwachungsprogramm PRISM berichtete, im Guardian veröffentlichte und dadurch weltweite Bekanntheit erlangte, spricht von sich selbst beispielsweise ganz klar von einem Aktivist und Journalisten. (Vgl. Carr 2013) Greenwald sagt in einem Interview der New York Times (Carr 2013) gegenüber:

„It is not a matter of being an activist or a journalist; it’s a false dichotomy. [...] It is a matter of being honest or dishonest. All activists are not journalists, but all real journalists are activists. Journalism has a value, a purpose — to serve as a check on power.“

Er sagt weiter:

„I have seen all sorts of so-called objective journalists who have all kinds of assumptions in every sentence they write. [...] Rather than serve as an adversary of government, they want to bolster the credibility of those in power. That is a classic case of a certain kind of activism.“

Greenwald ist also der Ansicht, dass Journalismus nie von Aktivismus zu trennen sei. Dieser Ansicht ist zum Beispiel Bill Keller, Chefredakteur der New York Times, nicht. Er findet, dass es bei dieser Diskussion nicht darum geht, ob Reporter*innen so tun sollten, als hätten sie eine Meinung oder nicht, sondern, dass sie in Bezug auf ihre Profession, ihre Meinung im Hintergrund zu lassen und die Wirklichkeit für sich sprechen zu lassen haben. (Vgl. Neshitov 2017)

Den Grund für die Abneigung von Aktivismus im Journalismus sieht Weichert (2011: 366) hier:

„Genährt aus dem Geist der Aufklärung und des Protests, ist der Journalismus irritiert, wenn sich die Grundformen journalistischer Arbeit mit politischem Aktivismus vermischen.“

Wie im vorherigen Kapitel 3.3.1 *Publizistische Objektivität* schon ausführlich beschrieben, wird Objektivität immer noch als journalistisches Ideal gesehen. Vertritt man dieses Ideal, wird es schwer die Kombination aus Aktivismus und Journalismus vertretbar zu finden. Aber ab wann kann man überhaupt von Aktivismus sprechen? Wann ist es Meinung, wann Haltung? Die Übergänge scheinen fließend und die Meinungen dazu sehr kontrovers zu sein. (Vgl. Werner 2017) Anja Reschke, die sich am 06. August 2015 in einem Kommentar in den ARD-Tagesthemen gegen Hetze gegen Geflüchtete aussprach, gewann dafür den Preis *die Journalistin des Jahres*. Reschke sagt, es sei wichtig Haltung im Journalismus zu bewahren. Sie stützt sich darauf, dass es nicht verboten sein darf menschenverachtendes Verhalten zu kritisieren. Sie vertritt in ihrem Journalismus eine Haltung, die im deutschen Grundgesetz verankert ist. (Reschke 2018: 59) Sie sagt (2018: 59), „[...] dass rassistischer Hass, dass Herabwürdigen von Menschen aufgrund ihrer Herkunft, Religion, Hautfarbe nicht zu tolerieren ist.“ Und dennoch bekam sie auch viel Kritik, vor allem von Rezipient*innen. Sie warfen ihr vor

ihren Beruf als Journalistin verfehlt zu haben und dass sie sich mit ihren Meinungen zurückhalten solle. Reschke erklärt ihren Kommentar weiter:

„Aber natürlich spreche ich Kommentare aus einer Haltung heraus. Wie auch sonst? Deshalb werden sie ja auch als Kommentare gekennzeichnet. Wer das kritisiert, kennt vermutlich die Grundlagen von Journalismus in demokratischen Ländern nicht. Es gibt einen Unterschied zwischen Kommentar und Bericht. Und es gehört zur Lauterkeit dazu, dass die Leser und Zuschauer wissen, welche Haltung ein Journalist hat. Gerade deshalb gibt es ja die eigens ausgewiesenen Kommentare in Sendungen oder Zeitungen, in denen man die Haltung erfahren kann. Dann weiß man, wie der Berichterstattende zu Themen steht, man kennt seinen Hintergrund und seine Sichtweise. Das hat viel mit Glaubwürdigkeit zu tun. Die Rezipienten sind dann schon in der Lage, sich ein eigenes Bild zu machen und Dinge einzuordnen.“ (Reschke 2018: 62 f)

Reschke macht außerdem deutlich, dass in Deutschland Meinungsfreiheit herrscht, die auch für Journalist*innen gelte. In den Nachrichten, die sie nach Veröffentlichung ihres Kommentars bekam, wurde sich oft auf Objektivität bezogen, die Journalist*innen wahren sollten. Reschkes Interpretation dieser Kommentare ist, dass das eine Taktik sei, um sie zu diskreditieren, ohne sich mit dem Recht auf Meinungsfreiheit auseinanderzusetzen zu müssen. (Vgl. Reschke 2018: 62 f)

Die APA (2018) schreibt, dass es international eine Tendenz gibt Journalist*innen zu verunglimpfen und dass nicht nur von Rezipient*innen, sondern auch von Politiker*innen, die Journalist*innen und die Medien beispielsweise als „Lügenpresse“ bezeichnen. Es wird aber klar gestellt: Solange unter Beachtung des Ehrenkodex gearbeitet wird, sind jegliche Publikationen von Medien durch die Pressefreiheit geschützt.

„Alle persönlichen Angriffe dienen nicht der sachlichen Kritik und Auseinandersetzung mit journalistischer Arbeit; sie sind Angriffe auf die Pressefreiheit und versuchen unabhängigen Journalismus zu beeinflussen bzw. dessen Glaubwürdigkeit zu untergraben.“ (APA 2018)

2.6 Feminismus

Feminismus ist neben dem Konstruktivismus und dem Symbolischen Interaktionismus das Fundament auf dem diese Forschungsarbeit aufbaut. Um ein Verständnis über die Situation von Frauen in unserer Gesellschaft zu bekommen, möchte ich einige wichtige Theorien aufarbeiten, die dann in weiterer Folge relevant für den empirischen Teil meiner Arbeit sind. Ohne ein Verständnis für Feminismus, ist der Rest dieser Forschungsarbeit schwer nachvollziehbar.

2.6.1 Geschlecht als Konstrukt

Simone de Beauvoir (1992: 10) schreibt gleich zu Beginn ihres Buches „Das andere Geschlecht“, dass die Frau zwar, wie der Mann ein Mensch ist, aber dass diese Behauptung an sich abstrakt ist. Frau-sein ist nicht bloß Benennung, es ist eine Situation. *Die Frau* als eine Situation und nicht umgekehrt die Situation der Frau aus ihrer weiblichen Natur heraus zu deuten, bedeutet anzuerkennen, dass die Attribute, die dem Frau-sein zugeschrieben werden bzw. ihr *Anderssein* nichts Gegebenes sind, sondern konstruiert. Bestimmten Menschengruppen das Attribut „anders“ zu geben, ist typisch für die Entwicklung von gesellschaftlichen Strukturen. Das sich von anderen abgrenzen wollende Individuum ist die Grundstruktur menschlichen Denkens. In der Definition als Gemeinschaft spaltet man sich automatisch und zeitgleich von *dem Anderen* ab. (Vgl. Beauvoir 1992: 12f). Die derart ausgeprägte klassische, gesellschaftliche Unterscheidung zwischen Mann und Frau ist nicht naturgegeben.

„Man kommt nicht als Frau zur Welt, man wird es“

schreibt Simone de Beauvoir (1992: 334). Kinder, egal welchen Geschlechts, weisen bis zur Pubertät keine geschlechterspezifischen Unterschiede auf. Ihre Bedürfnisse, Ängste, Interessen, intellektuellen Fähigkeiten und körperlichen Stärken sind bis zum 12. Lebensjahr unabhängig von ihrem Geschlecht gleich. (Vgl. Beauvoir 1992: 334 f)

„Wenn das Mädchen uns dennoch lange vor der Pubertät und manchmal schon in der frühesten Kindheit als geschlechtlich spezifiziert erscheint, so nicht, weil

geheimnisvolle Instinkte es unmittelbar zur Passivität, zur Koketterie, zur Mutterschaft drängen, sondern weil fast von Anfang an andere in das Leben des Kindes eingreifen und weil seine Berufung ihm schon in den ersten Jahren unabweislich eingetrichtert wird.“ (Beauvoir 1992: 335)

Jungen werden dahingehend erzogen, sich schnell zu kleinen Männer zu entwickeln. Ihnen wird der Körperkontakt entzogen, sie dürfen keine Schwächen zeigen und sie werden zur Unabhängigkeit gezwungen. Mädchen wird in die Wiege gelegt Gefühle zeigen zu dürfen und emotional zu sein, während Jungen beigebracht wird diese Qualitäten als Schwäche zu definieren und sich von ihnen abzuspalten. Mädchen, die viel länger als Jungen weiter den Bedürfnissen nach Nähe nachgehen dürfen, erscheinen in dieser Phase beinahe privilegiert. Beauvoir zur Folge nur zunächst, da diese harte Entwöhnungsphase lediglich stattfindet, weil die Gesellschaft mit jungen Männern *Größeres* vorhat. (Vgl. Beauvoir 1992: 338 f)

Männer gelten gesellschaftlich als *gut* und Frauen als *schlecht*. Man nehme nur die biblische Geschichte von Adam und Eva, um das zu verdeutlichen. Adam ist der von Gott geschaffene, vollkommene Mensch, während Eva aus einem Teil von ihm, Adams Rippe, geformt wird. Sie kann also nicht ohne den Mann existieren und ist zu allem Übel auch noch dafür verantwortlich, durch ihr unvollkommenes, irrationales Wesen die ganze Menschheit in die Verdammnis zu führen. (Vgl. Beauvoir 1992: 12⁵, zit. nach Bossuet)

Beauvoir zitiert unter dem Gesichtspunkt dieser Auffassung Aristoteles, der sagte: „Wir müssen das Wesen der Frauen als etwas natürlich Mangelhaftes sehen“ und ergänzt mit der Aussage von Thomas von Aquin, dass „die Frau ein «verfehlter Mann» [sei], ein «zufälliges Wesen»“. (Beauvoir 1992: 12)

Beauvoir ist der Ansicht, dass sich die konstruierte Übergeordnetheit der Männer zum Schaden der Situation der Frau erhebt. Da sie diejenigen waren, die die Gesetze machten, privilegierten sie sich mithilfe von politischen, gesellschaftlichen und rechtlichen Systemen. (Vgl. Beauvoir 1992: 5) Frauen wurden durch diese gesellschaftliche Struktur in die Abhängigkeit der Männer getrieben und konnten sich entweder anpassen oder widerständig sein. Ihnen wurde das Subjekt-sein abgesprochen und jegliche „kreative und öffentliche“ Existenz untersagt, weil die männliche Suprematie beschloss,

⁵ Bossuet, Jacques-Bénigne

Frauen seien lediglich für die Immanenz „Küche-Kirche-Kinder“ geschaffen. (Raynova 1999: 82)

Eine Gesellschaft, in der Frauen aufgrund ihres Geschlechts in unterschiedlichsten Lebenslagen von Ungleichheit und Diskriminierung betroffen sind, nennt man Patriarchat (vgl. Cyba 2010: 17). Walby (1990: 20) definiert es so:

„a system of social structures and social practices in which men dominate, oppress and exploit women“

2.6.2 Geschlechterstereotype

Als Geschlechterstereotype bezeichnet man strukturelle Ausprägungen, die in einer Gesellschaft als geteiltes Wissen akzeptiert und reproduziert werden (vgl. Del Boca/Ashmore 1980: 520). Traditionelle Auffassungen darüber wie Frauen und Männer *sind*, manifestieren sich darin, dass Frauen als emotionale, fürsorgliche und verständnisvolle Wesen verstanden werden, während Männer im Gegensatz dazu rationale, dominierende und zielstrebige Persönlichkeitsmerkmale aufweisen. (Vgl. Eckes 2010: 178) Männer und Frauen werden in oppositionellen Kategorien gedacht und die Attribute, die man ihnen anhaftet sind ebenfalls konträr zueinander. Abgesehen von emotional vs. rational, ist auch privat vs. öffentlich ein Dualismus, der mit dem zweigeschlechtlichen Denken einhergeht. Die *Öffentlichkeit* ist eine Sphäre, die sich seit der Aufklärung von der *Privatheit* abgrenzt. Öffentlich ist alles was außerhalb des häuslichen Raumes geschieht. Weiblichkeit wird mit der Hausarbeit und der Pflege der Kinder verbunden. Der weibliche Raum ist somit gesellschaftlich das Haus und die Privatheit, während der Mann für die Öffentlichkeit und Aktivitäten außerhalb des Hauses steht. Das bedingt einen Ausschluss der Frauen von der Öffentlichkeit. (Vgl. Klaus/Drüecke 2004: 237 f) Davon abgesehen, dass Männer durch die Beanspruchung des öffentlichen Raumes großen Einfluss in öffentlichen Institutionen erlangten und Frauen sich „erst mühsam und Schritt für Schritt den Weg in Politik, Wirtschaft, Medien, Universität oder Justiz erkämpfen“ (Klaus/Drüecke 2004: 237). mussten, hatte die Deklaration des häuslichen Raums als private Angelegenheit fatale Folgen. Häus-

liche Gewalt und Missachtung der selbstbestimmten Sexualität geschahen (und geschehen) im privaten Raum und blieben dadurch für die Öffentlichkeit unsichtbar beziehungsweise irrelevant. Da der Staat als öffentliche Institution nicht in private Angelegenheiten einzugreifen hatte, wurden Rechte, wie das Recht auf körperliche Unversehrtheit, für Frauen missachtet und ignoriert. „Das Private ist politisch“ wurde vor diesem Hintergrund zum Slogan der Frauenbewegung. (Vgl. Klaus/Drüecke 2004: 237) Auch wenn wir heute nicht mehr die gleichen Bedingungen wie zu Beginn der ersten Frauenbewegung haben, sind die Dualismen auch heute noch in unserer Gesellschaft internalisiert. Wenn die Erwartungen der Gesellschaft an die Geschlechter nicht erfüllt werden, sorgt das für Irritation, in schlimmeren aber nicht seltenen Fällen zu Ablehnung oder gar zu Bestrafung. (Vgl. Eckes 2010: 178) Und da „*Geschlechterstereotype [...] in hohem Maße änderungsresistent [sind]*“ (Eckes 2010: 178), fällt es schwer diese zu durchbrechen und nicht zu reproduzieren. Sei es im alltäglichen Leben oder in den Medien. (Vgl. Eckes 2010: 178)

2.6.3 Gleichheitsansatz vs. Differenzansatz vs. (de)konstruktivistischer Ansatz

Die männliche Dominanz in der Gesellschaft, sorgte also dafür, dass der Mann als Norm, als Ideal, als objektiv galt und alles davon Abweichende als „anders“ oder „speziell“ wahrgenommen wurde. (Vgl. Sarwat 2019: 36)

Aus dem Verständnis, dass Geschlecht ein vollkommenes Produkt durch Sozialisierung sei, und Männer in unserer Gesellschaft willkürlich das Ideal darstellten, entwickelte sich der Wunsch nach Gleichberechtigung und daraus der **Gleichheitsansatz**. Die Frauenbewegung forderte die gleiche Behandlung, Rechte und Möglichkeiten. Die Kritik am Gleichheitsansatz ist, dass weiterhin *das Männliche* als Ideal anerkannt wird und das anzustreben es auch als Frau gilt. (Vgl. Bendl/Leitner/Rosenbichler/Walenta 2007: 37 f)

„Als Rezept gegen Unterdrückung wird die Überwindung und Beseitigung der Verhinderungen und dadurch Anpassung von Frauen an die männlich geprägten Werte gesehen.“ (Bendl et al. 2007: 38)

Aus dieser Kritik entwickelte sich in den 1980er Jahren der **Differenzansatz**. Dabei steht im Vordergrund, dass Frauen nicht gleich zu Männern sind und sein müssen,

sondern dass die weibliche Identität etwas Differentes zum Männlichen darstellt. Weiblichkeit soll demnach eine eigenständige, positive Opposition zum Männlichen im Patriarchat darstellen. Der Fokus wird auf die Erschaffung von selbstständigen Räumen für Frauen ohne männlichen Einfluss gelegt. Das Männliche als Ideal wird abgelehnt und Werte und Normen, die in männlich geprägten Kontexten entstanden sind, nicht angestrebt. (Vgl. Bendl et al. 2007: 39 f) Förderung von Frauen können nur wirksam sein, wenn sie geschlechterspezifisch erfolgt. Zudem wurde auch der Ruf lauter, den Unterschieden unter Frauen in Bezug auf Herkunft, Alter und Klasse Beachtung zu schenken. Aber dazu später mehr.

Einen Paradigmenwechsel in der Feminismustheorie brachte der **(de)konstruktivistische Ansatz**, der sich nicht auf den Dualismus von Mann/Frau fokussiert, sondern eine Aufhebung der Kategorie Geschlecht fordert. (Vgl. Donges/Leonarz/Meier 2010: 173) Judith Butlers fordert bei diesem Ansatz, dass wir uns vom biologischen, genetischen und hormonellen Geschlecht, das bereits vor der Geburt des Kindes festgelegt wird, verabschieden. Ihre Position, bzw. die konstruktivistische Position ist, dass Geschlecht immer erst durch die äußeren Umwelteinflüsse, also Erfahrungen und Erziehung erzeugt wird. Es wird unterschieden zwischen sex, dem biologischen Geschlecht und *gender*, dem sozialen Geschlecht. (Vgl. Butler 1991: 22) Geschlecht ist demnach also nicht etwas das wir haben, sondern etwas was wir tun. Was den Begriff *doing gender* prägte (vgl. Gildemeister 2008: 167).

2.6.4 Intersektionaler Feminismus

Schwarze Feminist*innen in Großbritannien und den USA, allen voran Bell Hooks und Angela Davis, äußerten in den 1980er Jahren die Kritik, dass die Frauenbewegung rassistisch sei. Sie würde lediglich die Lebensrealität weißer Frauen thematisieren und schwarze Frauen, die zusätzlich zum Sexismus auch noch unter einer weiteren Diskriminierungskategorie litten, nämlich Rassismus, ignorieren. Somit könnten sie unmöglich die Stimmen aller Frauen repräsentieren. Die Forderungen ihrer Ziele wären nicht die Ziele schwarzer Frauen und diese auszuklammern sei schlicht Rassismus. (Vgl. Rätzkel 2004: 276⁶, zit. nach Davis 1983/ hooks 1981) Die Rassismuskritik wurde auch

⁶ Davis, Angela (1983): Women, Race and Class. New York: Random House, Vintage Books

in Deutschland laut. Die Kritik beinhaltet das Problem mit der Aufrechterhaltung des Paradigmas der Zweigeschlechtlichkeit und dass andere Diskriminierungserfahrungen nur daneben existieren würden. Eine Möglichkeit, den Fokus auf den Dualismus Mann vs. Frau aufzubrechen, war die Anerkennung von Differenz unter den Frauen. Frauen sollten nicht mehr als homogene Gruppe, die gleiche Erfahrungen, gleiche Interessen und Probleme haben, betrachtet werden, sondern ihre Unterschiede wurden zum Kern der Analyse. (Vgl. Rätzkel 2004: 280) Aus diesem Verständnis wurden weitere Diskriminierungskategorien geformt, wie vorher schon erwähnt: Geschlecht, Klasse, Rasse, Religion, körperliche Verfasstheit, sexuelle Orientierung, Alter, Aussehen (vgl. Yuval-Davis 2006: 195). So gibt es Frauen, die mehreren Diskriminierungskategorien gleichzeitig ausgesetzt sind. Zunächst wurde davon ausgegangen, dass die Kategorien additiv sind, allerdings wurde eine solche Interpretation später als zu simpel kritisiert, da das Zusammenspiel von manchen Kategorien zu ganz neuen Dimensionen der Diskriminierung führen können. (Vgl. King 1988)

Kimberly Crenshaw (1989: 140) sagt dazu:

„This focus on the most privileged group members marginalizes those who are multiply-burdened and obscures claims that cannot be understood as resulting from discrete sources of discrimination. I suggest further that this focus on otherwise-privileged group members creates a distorted analysis of racism and sexism because the operative conceptions of race and sex become grounded in experiences that actually represent only a subset of a much more complex phenomenon.“

Sie prägte 1989 den Begriff Intersektionalität, um die Wechselwirkungen von verschiedenen Machtverhältnissen zu verdeutlichen. Der Begriff kam zustande indem Crenshaw die Analogie von komplexen Verkehrskreuzungen zur Verbildlichung wählte. Aus „intersections“ leitete sich also die Bezeichnung intersectionality, zu deutsch Intersektionalität ab. Mit diesem Begriff soll die feministische Forschung darauf achten verschiedene gesellschaftliche Lebensrealität nicht zu einzelne Identitäten zu generalisieren. (Vgl. Rätzkel 2004: 281)

hooks, bell (1981): Ain't I a Woman? Black Women and Feminism. Boston: Southend-Press

2.7 Frauenforschung – Medien als Spiegel für Frauen in der Gesellschaft

Schaut man historisch in die Geschichte der Frauen zurück, lässt sich feststellen, dass sie früher stärker als heute den entsprechenden Vorschriften ihres Geschlechts unterworfen waren. Dennoch schafften es Frauen Mitte des 19. Jahrhunderts mit politischen Frauenzeitschriften und emanzipatorischen Inhalten eine Gegenöffentlichkeit zu den herkömmlichen Medien zu schaffen. (Vgl. Klaus/ Drüecke 2004: 237)

Aber das war nicht die Norm. Die Rolle der Frau war traditionell vorgegeben und wurde auch in den Medien wenig dimensional abgebildet. In den 1970er Jahren wurden Rollenbilder der Frauen in den Medien bei der sogenannten „Küchenhoff“-Studie analysiert. Frauen waren entweder Mutter und Hausfrau oder jung und attraktiv. Weiter ergab die Studie, dass Themen über Frauenfragen generell im Programm fehlten und Frauen selten als Akteurinnen auftraten. Es wurde davon ausgegangen, dass diese Darstellung beim Publikum eine anti-emanzipatorische Wirkung hatte und dadurch beeinflusst wurde, dass Frauen als Medienschaffende chronisch unterrepräsentiert waren. In den 1980er Jahren lag der Frauenanteil im Journalismus bei 20%. Allerdings auch als der Frauenanteil in den darauffolgenden Jahren kontinuierlich anstieg, änderten sich die Medieninhalte kaum. Die gängigen Normen und Werte dominierten die Praxis und ein emanzipatorischer Wandel war zunächst nicht möglich. (Vgl. Röser/ Wischermann 2008: 730 f)

Weil Medienhandeln soziales Handeln gesellschaftlich positionierter Subjekte ist, bekommen Massenmedien ihre Bedeutung im Prozess der Aneignung zugewiesen. Dies geschieht jedoch nicht in autonomen Räumen, sondern in gesellschaftlichen, kulturellen und situativen Kontexten, die immer auch hierarchisch strukturiert und einem Gendering unterworfen sind. (Röser/Wischermann 2008: 732)

Mittlerweile wurden aber auch andere Ergebnisse sichtbar. Sieht man sich gezielt den Journalismus an, den Frauen machen, lässt sich zwar nicht eindeutig sagen, ob man von „weiblichem Journalismus“ sprechen kann, es ließen sich allerdings definitiv Unterschiede zur Arbeitsweise von Männern feststellen. Frauen hätten einen anderen Blickwinkel, der sich durch die andere Lebensrealität ergibt und würden deshalb andere Themen wählen, andere Probleme sehen und andere Interviewfragen stellen als

Männer. Durch den Einfluss von Frauen im Journalismus kommen also Themen auf die Agenda, die Männer schlicht übersehen würden. (Vgl. Sarwat 2019: 38) Auch wurde festgestellt, dass Frauen, die sich als Feminist*innen bezeichneten gezielt auch Themen wie „Emanzipation und weibliche Lebensart“ wählten. (Sarwat 2019: 38)

2.7.1 Feministische Medienforschung

Nach ihrer Eigendefinition will die Gender-Medienforschung die Geschlechterverhältnisse in Kommunikationsprozessen aufzeigen und kritisch analysieren. Sie zeigt, wie die tradierte Ordnung mitkonstruiert und aufrechterhalten wird – innerhalb der Medien und außen, in der Gesellschaft. Diese Kritik ist kein Selbstzweck, sondern soll dazu dienen, konkrete Impulse zur nachhaltigen Veränderung in Medien, Gesellschaft und Wissenschaft zu liefern. (Sarwat 2019: 35)

Der Beginn der feministischen Frauenforschung war sehr stark mit der Frauenbewegung der 1970er Jahren verbunden. Wie schon zuvor erwähnt, war das Ergebnis vieler Medienanalysen, dass die Darstellung der Frau unweigerlich an die gesellschaftlichen Rollenstereotype gekoppelt waren und Frauen generell stark unterrepräsentiert waren. (Vgl. Sarwat 2019: 36) Dass Männer und Frauen so unterschiedlich dargestellt und repräsentiert werden, liegt unter anderem an dem Konzept der Zweigeschlechtlichkeit, also dem Dualismus von männlich und weiblich. Es gibt die Form vor, mit der sich vor allem Öffentlichkeit und somit auch der Journalismus erklären lässt. Männlichkeit repräsentiert Öffentlichkeit, Weiblichkeit das Private. (Vgl. Klaus/ Drüecke 2004: 237) Der Dualismus klassifiziert die Massenmedien und verknüpft die „Geschlechterhierarchien symbolisch [...]: Information und Unterhaltung, seriöser und seichter Journalismus, öffentliche und private Sender, rationales und emotionales Medienhandeln, Fakt und Fiktion.“ (Röser/ Wischermann 2008: 732) (Unterhaltende) Medienangebote für Frauen obliegen immer dem Verdacht trivial und unseriös zu sein, während die Angebote für Männer im gleichen Genre, wie zum Beispiel Sportsendungen, andere Maßstäbe erfahren. Das genderbasierte Klassifizieren spiegelt die als „natürlich“ verstandene Ideologie der Gesellschaft wider. In diesem Rahmen wurden Regeln und Werte für den Journalismus entwickelt und gelten als „objektiv“. Das Männliche als Ausdruck von Norm und Dominanz wurde also im Journalismus zum objektiven Standard. Die

Repräsentation einer Gesellschaft, die (neben anderen marginalisierten Gruppen) Frauen und Frauenthemen als Abnorm begreift und abwertet, kann nicht objektiv sein. Die Geschlechterforschung setzt sich zum Ziel diese angeblich objektiven Kategorien zu dekonstruieren und neue Zugänge möglich zu machen. (Vgl. Röser/ Wischermann 2008: 732)

2.7.2 Männlichkeit der Medien – die androzentristische Perspektive

Schaut man sich Geschlechterforschung an, ist es logisch, dass auch Männlichkeitsforschung dabei nicht fehlen darf. In der Mitte der 1980er Jahre wurde der Begriff „Hegemoniale Männlichkeit“ von Robert Connell geprägt. Dieser zeigt auf, inwieweit Männer den patriarchalen Strukturen unserer Gesellschaft erlegen sind und darunter leiden. Connell stützt sich bei seiner Theorie auf das Hegemoniemodell von Antonio Gramsci und erarbeitet, dass bei Männern folgende Mechanismen ablaufen, die zur Machterhaltung beitragen: Komplizenschaft, Ausgrenzung und Unterordnung. (Vgl. Connell 2015: 11) Genauer ist damit gemeint, dass Männer zum einen Solidarität untereinander praktizieren. Sie profitieren davon, nur ihr Geschlecht zu unterstützen und die Macht unter sich aufzuteilen. Zum anderen werden Männer, die nicht dem typisch männlichen Ideal entsprechen, ausgegrenzt und kleingehalten; die Rede ist hier von homosexuellen Männern. Und weiter ist eine Unterordnung gegenüber anderen mächtigen Männern zu beobachten. Um diese Strukturen aufrechtzuerhalten und zu bewältigen setzen sich Männer nicht mit ihren Emotionen auseinander. Sie orientieren sich an der Außenwelt. Emotionen sind weibliche Attribute, mit denen sie sich nicht identifizieren wollen. Sie kontrollieren sich dementsprechend, bauen eine Körperferne auf und äußern die emotionale Reserviertheit in Stummheit. Gewalt und Aggression untereinander und gegenüber Frauen sind Ausdrücke von Männlichkeit, die akzeptiert sind. (Vgl. Sarwat 2019: 40 f)

Pierre Bourdieu schreibt im Zuge der Männlichkeitsforschung in seinem Buch „Die männliche Herrschaft“, dass diese so stark in den Mindsets unserer Gesellschaft verankert ist, dass sowohl Männer als auch Frauen für die Aufrechterhaltung des Patriarchats verantwortlich sind. Der männliche Habitus geht davon aus, dass Männer typische Führungsrollen übernehmen und das von beiden Geschlechtern als Norm akzep-

tiert wird. Der männliche Habitus oder die männliche Herrschaft ist wie eine Art Wettkampf zu verstehen, der nur unter Männern ausgetragen wird. Diese stehen sich stetig als Partner oder Gegner gegenüber. Der Wettkampf manifestiert sich in Hierarchien unter Männern, die Partnerschaft zeigt sich in Solidarität. Typische, sich vom Weiblichen abgrenzende, Rollen für Männer sind die als Ernährer, Beschützer aber auch gewalttätiger Akteur gegenüber Frauen. Männer schaffen sich Räume, die zur Erhaltung ihrer Macht beitragen, zu denen Frauen keinen Zutritt haben. (Vgl. Bourdieu 1998) Dieses Bild von Männlichkeit spiegelt sich auch in den Medien wider. Der Journalismus in Österreich, wie auch sonst fast überall auf der Welt ist männlich dominiert. Ausschlaggebend dafür sind zum einen die „männerzentrierten“ Arbeitsstrukturen in den Medien aber auch die „gesellschaftlich dominanten Diskurse, die einen hierarchischen Geschlechterdualismus stets (re)produzieren.“ (Dorer 2002: 138) „Geschlecht“ als soziales und kulturelles Konstrukt, wie es in den Medien dargestellt wird, beeinflusst auch, wie Frauen und Männer in der Gesellschaft wahrgenommen werden.

„Indem Medien eine zentrale Rolle in der Abstützung dominanter Diskurse und damit in der Aufrechterhaltung hegemonialer Strukturen innehaben – d.h. auch Medien immer im Kontext von Macht und Machtverhältnissen zu denken sind –, ist es auch nicht verwunderlich, dass sich das Berufsfeld der Medien so hartnäckig Frauen verwehrt. Schließlich sind Medien die gesellschaftlichen Institutionen populären Wissens, sie produzieren und sie vermitteln jenes gesellschaftliche Wissen, das für eine bestimmte Zeit als gesellschaftliche Wahrheit zirkuliert.“ (Dorer 2002: 138)

Prenner (1992: 64) spricht vom „sexistischen Bias“, der die Medien bestimmt und meint damit eine Diskriminierung in Form von Ignoranz für das Weibliche. Medienprodukte entstehen hauptsächlich durch den männlichen Blick auf die „Realität“, während der weibliche Blick ignoriert wird. Einen solchen Blickwinkel auf die Welt nennt man „Androzentrismus“. Also eine Abbildung der Wirklichkeit durch die Brille des Mannes. Prenner ist davon überzeugt, dass der Androzentrismus Teil der Nachrichtenwertfaktoren ist. Neben den etablierten Nachrichtenwertfaktoren wie Relevanz, räumliche Nähe, Dauer etc. sieht sie auch den Androzentrismus als Faktor, der darüber bestimmt, welche Themen gewählt werden. In einer Gesellschaft, die, orientiert am männlichen Ideal, Nachrichten und generell Medienprodukte wählt und produziert, gehen Themen

und Blickwinkel, die für Frauen relevant sind oder Frauen repräsentieren, unter. (Vgl. Prenner 1992: 64 ff)

Das Global Media Monitoring Project untersucht seit 1995 alle fünf Jahre *Geschlecht* in den Medien, das heißt die Präsenz von Frauen in den Medien im Vergleich zu Männern, den Gender Bias und die stereotype Darstellung von Geschlecht in den Medien. Seit 1995 hat sich wenig verändert. Frauen sind immer noch stark unterrepräsentiert. Bei nur 24% der Nachrichtenthemen weltweit (114 Länder wurden untersucht) sind die Protagonist*innen der Nachrichten oder die Menschen, die interviewt werden weiblich. Der Blickwinkel von Frauen wird kaum eingefangen und selbst bei Themen, die offensichtlich Frauen betreffen, wie Gewalt gegen Frauen, kommen häufiger männliche Stimmen zu Wort. Wenn Frauen es in die Nachrichten schaffen, dann als Berühmtheiten oder *normale Menschen*, die zu einem Thema befragt werden; kaum als Expertinnen. (Vgl. Global Media Monitor Project 2015)

Feministische Medien

Elisabeth Klaus (1998: 110) beschreibt feministische Öffentlichkeit wie folgt:

„Feministische Öffentlichkeit ist ein Verständigungsprozess, der auf der Beobachtung des Geschlechterverhältnisses beruht und in dem die bestehende gesellschaftliche Minderbewertung und Unterdrückung der Frauen den Rahmen für soziale Wirklichkeitskonstruktionen liefert.“

Das ist der Grundgedanke auf dem feministische Medien und feministischer Journalismus aufbauen. Hier gibt es zwei Möglichkeiten, Feminismus in die Medien zu integrieren: entweder eine Gegenöffentlichkeit zu den Mainstreammedien herzustellen oder feministische Diskurse in die Mainstreammedien zu integrieren. Im feministischen Journalismus geht es darum einen subjektiven Blick aus feministischer Perspektive auf die Welt zu werfen. Privates und Öffentliches wird nicht getrennt und Objektivität wird abgelehnt. Das liegt vor allem daran, dass die Qualitätskriterien für feministische Medien nicht die gleichen wie für Mainstreammedien sein können. Um bestehende Machtverhältnisse, wie das Patriarchat in Frage zu stellen, kann eine strikte Trennung von Meinung und Nachricht nicht eingehalten werden. Nachrichten müssen eingeschätzt und bewertet werden, um kritisch sein zu können. (Vgl. Horak 2008: 21)

Die ersten feministischen Initiativen, die dafür eintraten ein verändertes Frauenbild in die Gesellschaft zu tragen und eine Gegenöffentlichkeit zu den Mainstream Medien herzustellen, entsprangen aus der Frauenbewegung in den 1970er Jahren. In Deutschland wurden zwei feministische Magazine gegründet, die sich dieser Aufgabe annahmen: die „Emma“ und die wieder eingestellte „Courage“. (Vgl. Klaus/Drüecke 2004: 237)

Auch in Österreich entstanden durch die Frauenbewegung in den 70er Jahren erste eigene Zeitungen. In den 1980ern entwickelte sich dadurch eine vielfältige Medienlandschaft, die zwar in den 90ern wieder etwas rückläufig war, aber dennoch präsent ist. 40% der feministischen Zeitschriften wurden vor 1985 gegründet. (Vgl. Geiger 1996: 353 ff)

Aber vor allem mit dem Internet wurde ein Raum geschaffen, in dem feministische Öffentlichkeit stattfinden konnte (vgl. Klaus/Drüecke 2004: 237). Feministische Blogs wurden zu safe spaces, die darauf achteten, ihre Partizipierenden und Leser*innen vor Hasskommentaren zu schützen und sie zu empowern. Frauen* sollte ein Ort geschaffen werden, der ihnen zeigt, dass sie nicht alleine sind. Der Netzfeminismus wurde zu einem Ort des Schutzes und der Solidarität, denn feministischer und queerer Aktivismus ist stets Kritik und Anfeindungen ausgesetzt. Empowerment wird als Selbstermächtigung verstanden, die sich die Handlungsfähigkeit in Diskriminierungssituationen erkämpft. (Vgl. Kämpf 2014: 73 ff) Zudem stellt der Netzfeminismus eine Möglichkeit dar, eine innerfeministische Gegenöffentlichkeit zu bieten. Der Feminismus, den beispielsweise Alice Schwarze vertritt, ist der, der die meiste Öffentlichkeit bekommt und hauptsächlich im Mainstream sichtbar ist. Online findet ein alternativer Feminismus statt. Dieser ist im Gegensatz zum etablierten Feminismus selbstkritisch und setzt Inklusion und Anti-Rassismus mit auf die Agenda. (Vgl. Gümüşay 2014: 148)

2.7.3 Gendergerechte Sprache

„Sprache gilt als Schlüsselwerkzeug für gesellschaftliche Veränderung, mit dem bestehende (Geschlechter-)Normen und Machtverhältnisse beeinflusst werden können“ (Fischer 2011)

Eine weitere Forderung der Frauenbewegung war frauengerechte Sprache. Denn Frauen werden durch die Verwendung des generischen Maskulinums sprachlich zusätzlich unsichtbar gemacht. Die Integration von Frauen sorgt für Repräsentation und einen sensibleren Umgang mit Sprache, außerdem wird dadurch ein stärkeres Bewusstsein für Feminismus sichtbar. Diese Forderung und die Forschung zu Linguistik, die Frauen integrieren sollte, stieß im Patriarchat auf Ablehnung und wurde als unwissenschaftlich diskreditiert. (Vgl. Trömel-Pöltz 2004: 748 ff)

Senta Tröml-Pöltz (2004: 750) schreibt dazu: „[...] es siegt noch häufig die Rechthaber- und Deutschlehrermentalität gegenüber dem Gebot der Fairness, das männliche Vorherrschaftsdenken gegenüber dem Gebot der Gleichheit, das Bestehen auf männliche Privilegien gegenüber dem Gebot sozialer Gerechtigkeit.“

Die Beharrlichkeit der Journalist*innen sorgte dafür, dass Männer und Frauen beispielsweise in Gesetzestexten gleichermaßen angesprochen werden. Es werden entweder neutrale Formulierungen gefunden oder, wenn das nicht möglich ist Frauen und Männer angesprochen. Im deutschsprachigen Raum ist gendergerechte Sprache mittlerweile angekommen. Das Binnen-I ist den meisten bekannt und wird verwendet, um sowohl Männer und Frauen in einem Wort gleichermaßen zu repräsentieren. Aus Politikern und Politikerinnen wird PolitikerInnen. (Vgl. Trömel-Pöltz 2004: 749 ff)

Das Binnen-I löst allerdings nur das Problem Frauen in die deutsche Sprache zu integrieren. Menschen, die sich nicht in der Dichotomie *Mann/ Frau* wiederfinden, werden somit sprachlich immer noch ausgeschlossen und bleiben in weiterer Folge in unserer Sprache unsichtbar. Eine Möglichkeit eine Sprache zu verwenden, die auch Menschen einbindet, die sich nicht einem bestimmten Geschlecht zugehörig fühlen, ist es, geschlechtsneutrale Bezeichnungen zu benutzen. Aus StudentInnen wird so zum Beispiel Studierende. Steffen Kitty Herman schlug 2003 die sogenannte Gender Gap vor, um die Sprache nicht nur nicht diskriminierend zu machen, sondern gezielt auf Menschen mit nicht binären Geschlechteridentitäten aufmerksam zu machen (Bsp.: Student_innen). Es gibt verschiedene leichte Abwandlungen der Gender Gap, die aber für die gleiche Sichtbarkeit stehen. Zum Beispiel das Gendersternchen (Student*innen). Auch in der gesprochenen Sprache sind das Sternchen und die Gap hörbar, in dem zwischen der männlichen und weiblichen Form eine kleine Pause gemacht wird (Student – Pause – innen). (Vgl. Fischer 2011)

2.7.4 Diversität in den Medien/ im Journalismus

Punkt 7.2 des sogenannten Ehrenkodex für die österreichische Presse liest sich wie folgt:

„Jede Diskriminierung wegen des Alters, einer Behinderung, des Geschlechts sowie aus ethnischen, nationalen, religiösen, sexuellen, weltanschaulichen oder sonstigen Gründen ist unzulässig.“ (Ehrenkodex für die österreichische Presse 2019)

Das heißt die journalistische Sorgfaltspflicht verlangt von Journalist*innen Diskriminierung jeglicher Art zu unterlassen. Im Umkehrschluss würde das bedeuten, dass eine diverse Darstellung der Medienwirklichkeit und ein diverseres Redaktionsteam, welches die Medieninhalte produziert unumgänglich ist, um die journalistische Arbeit als Qualitätsjournalismus bezeichnen zu können. Allerdings sieht die Realität anders aus. Wie bereits aufgearbeitet, ist der Anteil an Frauen in den Redaktionen und als Expertinnen deutlich weniger als der von Männern. Aber Diversität heißt selbstverständlich nicht nur Frauen zu integrieren, sondern die Lebensrealitäten von allen Menschen, die in unserer Gesellschaft existieren zu repräsentieren, ihnen eine Stimme zu geben und auf ihre Probleme hinzuweisen. (Vgl. Sarwat, 2019: 185) Andere Diversitätskategorien, die es in den medialen Kontext zu integrieren gilt sind: kulturelle Herkunft, Alter, sexuelle Orientierung, Religionszugehörigkeit und körperliche Verfasstheit. Dabei wäre es wichtig nicht nur bestimmte Gruppen darzustellen, denn „die Teilhabe an einem hierarchiefreien Dialog in unserer Gesellschaft [...] für die ideale Diskurssituation in der Demokratie ist von demokratiepolitischer Relevanz.“ (Sarwat 2019: 185 f) Aber nach wie vor hält sich der Antriebe an divers gestalteten Medienbeiträgen und Redaktionen in Grenzen. Eine dementsprechende Entwicklung ist zumindest nicht zu beobachten. Man geht von einer geringen Diversität der Medienmitarbeiter*innen aus. (Vgl. Sarwat 2019: 186)

Anzuerkennen, dass Diskriminierung nicht nur auf der Ebene Geschlecht passiert, war auch im feministischen Kontext ein Prozess (vgl. Rätzl 2004: 281).

3. Untersuchungsdesign

Im Folgenden erkläre ich, wie die theoretische Grundlage empirisch untersucht wird. Um die Forschungsfragen beantworten zu können und Hypothesen zu generieren, wurden leitfadengestützte Expertinneninterviews geführt. Diese wurden anschließend mit der Methode der inhaltlich strukturierenden, qualitativen Inhaltsanalyse untersucht, in Kategorien eingeteilt und anschließend interpretiert. Es werden sowohl Methode als auch die Auswahl des Samplings beschrieben, beziehungsweise erklärt.

Mithilfe der Forschungsfragen wurde untersucht, wie feministische Journalistinnen, beziehungsweise Journalistinnen, die sich öffentlich zum Feminismus bekennen, ihr Selbstbild im Journalismus wahrnehmen, inwieweit der Feminismus Einfluss auf ihre Arbeit hat und wie sie sich generell zu Aktivismus im Journalismus positionieren.

3.1 Forschungsfragen:

FF1: Wie sieht das Selbstbild von feministischen Journalistinnen aus?

FF2: Inwieweit beeinflusst Feminismus die journalistische Arbeit der Journalistinnen?

FF3: Welche Motivation haben feministische Journalistinnen Feminismus in ihre Profession einfließen zu lassen?

FF4: Welche Rolle spielt Aktivismus im Journalismus für feministische Journalistinnen?

3.2 Erhebungsmethode und Ziele der Analyse

Die Forschungsarbeit soll aufzeigen, wie Journalistinnen, die sich öffentlich als Feministinnen positionieren, in ihrer professionellen Arbeit selbst wahrnehmen, inwieweit der Feminismus Einfluss auf ihren Beruf hat und wie sie zu Aktivismus im Journalismus stehen. Sie wurden in Form von Leitfadeninterviews diesbezüglich interviewt. Durch die Interviews soll ihr Selbstbild, ihre Arbeitsweise, ihre Motivation für Beruf und Feminismus und für Feminismus beziehungsweise Aktivismus im Journalismus sichtbar werden. Für die Ermittlung dieser Sicht- und Arbeitsweisen der feministischen Medienmacherinnen in Österreich habe ich die Methode der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse gewählt.

3.3 Erhebungsinstrument leitfadengestützte Expert*inneninterviews

Expert*inneninterviews können als Gespräche mit Rollenträger*innen in einem bestimmten Bereich verstanden werden. Expert*innen werden in der Wissenschaft eingesetzt, um neue Erkenntnisse über deren Spezialgebiet zu erlangen. Sie tragen dazu bei gesellschaftliche Phänomene zu erfassen und ihre Funktion zu verstehen. Da mit dem Expert*inneninterview der Wissenshorizont einer spezifischen Gruppe untersucht werden kann, um Einblicke in diese und ihre gesellschaftlichen Prozesse zu erlangen, bietet sich diese Erhebungsmethode für meine Forschungsarbeit an. (Vgl. Blöbaum/Nölleke/Scheu 2016: 176)

Es geht darum das Selbstbild, die Motivationen und Einschätzungen von feministischen Journalistinnen einzufangen. Das Teilgebiet, das identifiziert werden soll, ist der Feminismus im Journalismus. Die Expert*innen sind die feministischen Journalistinnen.

3.3.1 Durchführung der leitfadengestützten Expert*inneninterviews

Zunächst wurde der literaturbasierte Leitfaden erstellt. Der Leitfaden orientiert sich an den Forschungsfragen und stützt sich auf Theorien, die zur betreffenden Forschung existieren. Jede Frage im Leitfaden ist einer oder mehreren Forschungsfragen zuzuordnen. Somit kann sichergestellt werden, dass alle Fragen im Leitfaden einen Zweck erfüllen. Die Fragen sind so offen gestellt, dass die Interviewten uneingeschränkt ihre eigene Wahrnehmung teilen können. Sie sind allerdings so formuliert, dass die Antworten der Journalistinnen miteinander verglichen werden können. Der Leitfaden wurde bei manchen Interviews abgewandelt, um genauer auf die Befragten eingehen zu können. So wurde beispielsweise teilweise die Reihenfolge der Fragen geändert, wenn dies im Kontext sinnvoll war oder bei manchen Antworten abweichend vom Leitfaden weiter nachgefragt, wenn ich als Interviewerin spezifischeres Wissen für interessant erachtete. (Vgl. Blöbaum et al. 2016: 184)

3.4 Sampling

Die leitfadengestützten Interviews wurden mit zehn Journalistinnen durchgeführt, die sich öffentlich als Feministinnen positionieren. Öffentlich heißt hier, dass sie entweder

auf ihren privaten, aber öffentlich zugänglichen Social Media Kanälen ihre feministische Weltanschauung klar publizieren oder bekannt ist, dass sie für feministische Magazine und/ oder Vereine arbeiten. Das Sampling setzt sich zusammen aus Journalistinnen, deren Eignung für die Studie zunächst online recherchiert wurde. Drei der befragten Teilnehmerinnen haben Webseiten, auf denen sie sich als Feministinnen präsentieren, vier sind in feministischen Vereinen aktiv und acht positionieren sich ersichtlich feministisch und politisch auf ihren Social Media Kanälen. In mindestens einer Form macht jede der Befragten öffentlich deutlich, dass sie Feministin ist. Nach jedem Interview wurden die Journalistinnen gefragt, ob ihnen noch weitere Kolleginnen einfallen würden, die sie für die Studie für geeignet hielten. Daraufhin wurden die genannten Journalistinnen von mir online recherchiert und aufgrund ihrer Online Präsenz entschieden, ob sie für das Sampling in Frage kommen. Es wurde also ein Snowball-Sampling erarbeitet. (vgl. Przyborski/Wohlrab-Sahr 2014: 184) Nach zehn Interviews war die theoretische Sättigung erreicht und das Interviewverfahren wurde abgeschlossen (vgl. Charmaz 2014: 96 f).

Die Journalistinnen wurden per Mail oder Instagram direct message angeschrieben und zu einem Interviewtermin eingeladen. Aufgrund der weltweiten Pandemie ausgelöst durch CoVid-19, die in dem Zeitraum der Erstellung dieser Forschungsarbeit, herrschte, wurden alle Interviews über verschiedene Internettelefonie-Plattformen durchgeführt.

Alle Befragten arbeiten entweder im Online- oder Printjournalismus. Zwei der Befragten schreiben für ein feministisches Magazin, drei für ein Life-Style-Magazin für Frauen, drei für Online Magazine, eine für eine österreichische Tageszeitung (Qualitätsmedium) und eine arbeitet als freie Journalistin. Es wurde darauf geachtet, dass die Medien, für die die Journalist*innen schreiben theoretisch eine Kombination aus Feminismus und Journalismus zulassen. Viele der Medien schreiben in ihrer Blattlinie über sich selbst, dass Gleichberechtigung, Inklusion und Feminismus Themen sind, die ihnen wichtig sind und die sie auch in ihren Publikationen behandeln wollen.

Ich habe mich dazu entschieden nur Journalist*innen zu befragen, da das Thema Feminismus im Journalismus ein Thema ist, das eher Frauen beschäftigt (vgl. Horak 2008: 17 ff). Außerdem wollte ich gezielt Frauen zu Wort kommen lassen. Es wurde auch darauf geachtet ein möglichst diverses Sampling zusammenzustellen. Sprich,

das Sampling besteht aus weißen Frauen, Women of Color, Frauen mit Migrationsgeschichte und Frauen mit Akademiker*innen Background und Arbeiter*innen Background. Das Durchschnittsalter der Interviewpartnerinnen ist 28,6 Jahre, wobei die jüngste der Befragten 24 und die älteste 38 Jahre alt ist. Das Sampling wäre durchaus noch diverser gestaltbar. Es ist zum Beispiel keine Frau dabei, von der bekannt war, dass sie eine Behinderung hat, sowie keine trans*Frau und das Alter könnte stärker variieren, um eine Sichtweise in die Lebensrealität möglichst unterschiedlicher feministischer Journalistinnen zu bekommen. Über die Sexualität der Befragten ist nichts bekannt. Es wurde zwar darauf geachtet ein diverses Sampling zu erstellen, allerdings muss auch ein sensibler Umgang mit den Interviewpartner*innen gewährleistet werden und zu persönliche Informationen über sie als Privatperson zu erfragen, wäre grenzüberschreitendes Verhalten meinerseits gewesen. Da die qualitative Forschung auch nicht den Anspruch einer Repräsentativität der Subjekte hat, wurde der Grad der Diversität des Samplings als ausreichend bewertet.

Weil es relevant für Vergleiche aus vorangegangenen Studien ist, wurde nach der politischen Einstellung der befragten Journalist*innen gefragt. Zwei Journalist*innen wollten dazu keine Angaben machen. Die anderen acht gaben an sich politisch links zu verorten.

3.5 Auswertung: Inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse nach Udo Kuckartz

Für die Analyse der Interviews wurde die inhaltlich strukturierende Inhaltsanalyse gewählt. Kern der Analyse ist das mehrstufige Verfahren der Kategorienbildung. Zunächst wurden deduktiv Kategorien anhand des Leitfadens gebildet, die anschließend nach Sichtung der transkribierten Interviews, induktiv weiterentwickelt wurden. Anschließend folgte eine kategorienbasierte Auswertung. Die ausformulierten Kategorien legen daraufhin eine Struktur für den Forschungsbericht zugrunde. (Vgl. Kuckartz 2018: 97f)

Der Ablauf der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse lässt sich in sieben Phasen gliedern. In der 1. Phase wurde das Material das erste Mal sorgfältig gelesen und wichtige Textstellen markiert. Danach wurde zusammengefasst welche Besonderheiten sich herauslesen ließen. In Phase 2 wurde begonnen Hauptkategorien zu bilden. Diese ließen sich größtenteils von den Forschungsfragen und dem Leitfaden ableiten,

wurden aber auch induktiv anhand des Materials weiterentwickelt. Danach wurden die Kategorien definiert und beschrieben. Phase 3 leitet den ersten Codierprozess ein. Der gesamte Text wurde Zeile für Zeile durchgegangen und zunächst nur den Hauptkategorien zugeordnet. In der darauffolgenden Phase 4 wurden alle Textstellen mit derselben Hauptkategorie zusammengetragen, um dann in Phase 5 für die Erstellung von Subkategorien zu dienen. Die Subkategorien wurden ausformuliert und beschrieben. Für Phase 6 war es nötig das gesamte Material erneut komplett durchzugehen und den Subkategorien zuzuordnen. In der abschließenden Phase 7 fand eine kategorienbasierte Auswertung der Hauptkategorien statt, sowie eine Analyse zwischen Haupt- und Subkategorien und eine Analyse zwischen den Kategorien. (Vgl. Kuckartz 2018: 100ff)

4. Ergebnisdarstellung

Im Folgenden wird dargestellt welche Kategorien und Subkategorien sich aus den sorgfältig ausgewerteten Transkripten ergaben. Die Hauptkategorien, die entlang der Forschungsfragen und des vorliegenden Materials gebildet wurden sind:

1. Journalistisches Selbstbild
2. Persönlicher Bezug zu Feminismus/Aktivismus
3. Art des Einflusses von Feminismus in den Journalismus
4. Motivation für den Einfluss von Feminismus in den Journalismus
5. Aktivismus im Journalismus

Wenn es möglich war verallgemeinernde Aussagen über die Antworten der befragten Journalistinnen zu machen, wurden diese getroffen. Wenn sich bestimmte Antworten von einzelnen Personen deutlich von der Gruppe unterschieden, wurden diese erwähnt. Es wurden zwar Subkategorien gebildet, die sich auch voneinander abgrenzen lassen, allerdings verschmelzen auch viele miteinander, weshalb ich mich gegen eine klar getrennte Darstellung der Subkategorien entscheiden habe und die Ergebnisse in einem Fließtest präsentiere. Die Subkategorien werden zu Beginn jeder Hauptkategorie genannt, um die Struktur leichter erfassen zu können. Um die Auswertung besser

nachvollziehen zu können, wurden Zitate aus den Interviews gewählt, die die Ergebnisse und meine Interpretation der Antworten untermauern sollen.

4.1 Journalistisches Selbstbild

Mit dieser Studie sollte unter anderem erforscht werden, wie das Selbstbild von feministischen Journalistinnen aussieht, wo sie ihre Aufgabe sehen, welche Verantwortung sie in ihrem Beruf sehen und wie sie arbeiten. In der Analyse ihrer Antworten ergaben sich sechs Unterkategorien, die Aufschluss zu ihrem Selbstbild geben sollen. *Anregung des Publikums, Ungerechtigkeit aufzeigen, Einhaltung journalistischer Sorgfaltspflicht, Einfluss eigener Erfahrungen, Einfluss von Emotionalität und Kritik an Objektivitätsnorm.*

Die Hauptmotivation für den Beruf, die fast alle befragten Journalistinnen nannten, war es in ihrer Leser*innenschaft etwas zu bewegen, das sie zum Nachdenken bringt. Sie wollen Menschen Geschichten erzählen, die diese noch nicht gehört haben und die sie dazu bringen ihr Verhalten zu reflektieren oder über bestimmte Strukturen nachzudenken.

A1: „dass man irgendwie bei zwei Leuten was auslöst, wenn sie irgendeinen Text gelesen haben und die denken sich dann, ok von der Seite hab ich das noch nie gesehen [...] dass die eben darüber nachdenken auf neue Gedanken kommen oder sogar die Meinung vielleicht ändern... keine Ahnung, ob das schon jemals passiert ist. Aber dass man die Menschen dazu bringt neue Sichtweisen in Erwägung zu ziehen und sich weiter zu informieren.“

V1: „Ich hab unlängst einen recht langen Artikel über Femizide in Österreich geschrieben und wenn ich dann so Feedback kriege wie, ich wusste das nicht, ja, ich wusste nicht wie viele Frauen tatsächlich umgebracht werden von Männern in ihrem nächsten Umfeld und dass das immer noch so ist, dann find ich das super, weil es zum Nachdenken anregt und Wahrnehmungen beeinflusst und vielleicht in weiterer Folge Meinungen. Aber ich find, das kann ich dann nimma so beeinflussen. Ich glaub, dass es in erster Linie darum geht, Leute zum Nachdenken anzuregen und dann bilden sie sich da ne Meinung daraus.“

L2: „ja auf jeden Fall Leute informieren, aber auch Meinungen schon naja nicht präsentieren aber ihnen die Möglichkeit geben eine Meinung zu bilden, so. Also ihnen auch etwas zu geben, was sie zum Nachdenken anregt, wenn ich jetzt zum Beispiel einen Kommentar oder Meinungsartikel schreib, dann will ich natürlich nicht unbedingt, dass danach alle meiner Meinung sind, sondern dass sie über das Thema nachdenken und auch auf neue Aspekte kommen, so. Also ja vielleicht Informieren und die Leute zum Nachdenken und Reflektieren anregen.“

J1: „ich finde abgesehen von informieren ist es auch einfach neue Perspektiven zeigen, zu denen du einfach... zu denen ein Mensch nicht kommen kann. Ja, also du brauchst quasi andere Blickwinkel von anderen Menschen, die mehr Einblicke oder tiefere von etwas haben, um dir eine fundierte Meinung zu bilden. Und dafür ist Journalismus find ich da. Nicht nur Berichte abschreiben, der hat den und den umgebracht, reicht find ich nicht“

Die befragten Journalistinnen sagten, dass sie sich bewusst seien, dass sie eine gewisse Macht hätten, die sie gerne nutzen, um bestimmte Themen auf die mediale Agenda zu setzen, um damit ihre Rezipient*innen zu erreichen und gegebenenfalls auch zu beeinflussen.

Eng verbunden mit dieser Kategorie ist die Kategorie *Ungerechtigkeit bekämpfen*. Der Wunsch, im Publikum einen Prozess des Nachdenkens auslösen zu wollen, resultiert aus dem Verständnis, dass die gesellschaftlichen Verhältnisse ungerecht sind und es diese zu bekämpfen gilt. Alle der interviewten Journalistinnen gaben an, dass sie Journalistinnen geworden sind, um auf Ungerechtigkeiten aufmerksam zu machen, um diese in weiterer Folge bekämpfen zu können.

I1: „Warum bist du Journalistin geworden?“

*V1: *lacht* [...] Ich glaub man muss schon irgendwie so einen Gerechtigkeits-sinn haben oder einen Willen eben gesellschaftliche Umstände zu verbessern, anzuprangern also diese vielzitierte vierte Macht im Staat, daran tatsächlich auch zu glauben.“*

S1: „weil ich auch einen starken Gerechtigkeitssinn habe und Menschen eine Stimme geben möchte, die sie vielleicht so oft nicht haben, weil sie vielleicht Randgruppen angehören oder Menschen, die weniger privilegiert sind.“

Sie sind der Ansicht, dass vor allem marginalisierte Gruppen in den herrschenden Machtstrukturen diskriminiert werden und medial zu wenig Aufmerksamkeit bekommen. Sie sehen sich als Sprachrohr für die Machtlosen. Ihr Anspruch ist es deshalb sehr darauf zu achten eine diverse Berichterstattung, beziehungsweise Geschichtenerzählung zu publizieren, um möglichst viele unterschiedliche Menschen öffentlich abzubilden und ihnen eine Stimme zu geben. Sie sind der Meinung, dass die Mainstreammedien eine Agenda haben, die nicht darauf bedacht ist, so zu handeln, dass sich alle Menschen repräsentiert fühlen, sondern lediglich die Mehrheitsgesellschaft. Viele gaben an, aus diesem Grund sehr darauf bedacht zu sein, möglichst divers zu arbeiten, sei es in der Auswahl der Interviewpartner*innen, der Expert*innen, der Themen oder der Sprache.

Einige merkten auch an, dass sie den Anspruch hätten eine Art „Gegendiskurs zu den Mainstreammedien“ sein zu wollen.

E1: „Ähm also ich finde es wichtig, also auch weil ich ja nur den feministischen Journalismus mache eigentlich, so ein bisschen einen Gegendiskurs zu den Mainstreammeinungen herzustellen und einfach so die Meinungslandschaft zu verbreitern und Feminismus mehr in die Gesellschaft zu tragen und zu spreaden.“

Der Wunsch danach durch ihre Arbeit die Welt zu verbessern ist deutlich erkennbar. Dabei legen alle Journalistinnen großen Wert darauf der *journalistischen Sorgfaltspflicht* nachzukommen. Transparenz, saubere Recherche etc. sind für sie sehr wichtig und werden eingehalten. Qualitativ hochwertigen Journalismus zu produzieren ist ein Grundgerüst, um das alle befragten Journalistinnen ihre Texte produzieren.

A1: „Ich find man hat die Aufgabe, dass man ehrlich und faktengetreu informiert und ja dass man zu Leuten keinen Bullshit erzählt und wenn die eigene Meinung einfließt, was meistens der Fall ist, sollte das klar ersichtlich sein und man sollte

nicht so tun als wär das irgendwie total objektiv und neutral, wenn's nicht so ist. Also ich find die Aufgabe, ist einfach Transparenz irgendwie, bei Information“

D1: „Okay, also ich find für mich war Sorgfalt immer so ein wichtiges Wort irgendwie in dem Kontext. Weil ich mir denk, es ist halt schon wichtig, dass du die Sachen, die du machst, recherchierst auch durchcheckst.“

In den ersten drei Kategorien waren die Aussagen der befragten Journalistinnen auffallend homogen, ähnlich wie bei der Frage, wie die Journalistinnen an die Wahl ihrer Themen herangehen. Fast alle antworteten, dass ihr persönliches Umfeld eine der wichtigsten Quellen sei, um an relevante und interessante Geschichten zu kommen. Eigene Erfahrungen oder Erfahrungen von Freund*innen und Familie regen sie bei der Wahl ihrer Themen sehr oft an.

*A1: „Erstens so in der eigenen Lebenswelt also was mich bewegt oder meine Freund*innen oder meine Familie oder mein Umfeld generell.“*

Eine Journalistin gab an, dass das daran liege, dass ihre Zielgruppe ihr sehr ähnlich sei und sie deshalb davon ausgehen könne, dass ihre Texte dann gerne gelesen würden. Die meisten gaben an, dass sie aus der eigenen Perspektive und mit eigenem Erfahrungshorizont die spannendsten Geschichten erzählen könnten, da sie so die authentischsten Einblicke in ein Thema liefern könnten.

*I1: „Ist es deiner Meinung nach in Ordnung als Journalist*in über ein Thema zu schreiben, das sie selbst betrifft?“*

*A1: „ja *lacht* auf jeden fall, weil natürlich, darüber kann ich am besten schreiben. Natürlich kann ich auch über Dinge schreiben, die ich recherchiert hab und die ich mir selbst gelernt hab und wo ich sag ma mal Experten interviewt hab. Aber das was mich persönlich betrifft, kann ich meiner Meinung nach am besten wiedergeben. Drum fänd' ich's eigentlich absurd zu sagen Journalisten und Journalistinnen sollen nicht über Themen schreiben, die sie selber betreffen oder selber bewegen.“*

D1: „Du sitzt nicht in deinem Kammerl und hast keine Eindrücke von außen und überlegst dir, okay was muss die Welt erfahren. Sondern du musst natürlich interagieren mit der Welt und so kommst du dann auf Themen, durch Verknüpfung natürlich. Also ja, irgendjemand erzählt dir was oder ich les irgendwas und dann denk ich mir, Ha! Da hab' ich mir auch schon mal Gedanken drüber gemacht oder da hat schon mal jemand was ähnliches dazu gesagt.“

Das persönliche Leben und das subjektive Empfinden der Journalistinnen haben also einen erheblichen Einfluss auf ihre Arbeit. Wichtig ist den Journalistinnen hierbei allerdings auch immer, dass eine eventuelle Involviertheit in die Themen immer transparent gemacht werden muss. Wird die Transparenz eingehalten, sehen sie kein Problem darin, über Themen zu schreiben, die sie selbst oder Menschen, die ihnen nahestehen, betreffen. Sie finden es sogar wichtig, dass Menschen, die bestimmte Erfahrungen machen (und dazu zählen sie sich auch selbst) über ihre Erfahrungen schreiben.

*V1: „also wenn wir sagen würden als Journalist*in darf ich nicht über ein Thema schreiben, dass sie selber betrifft, dann dürften sämtliche Artikel zur gleichstellungspolitischen Thema nur von Männern verfasst werden *lacht*. Es geht halt immer darum inwieweit kann ich mich aus der Sache noch rausnehmen und Dinge noch in ihrer Gesamtheit sehen. [...]*

*Aber wenn jetzt Frauen über Gleichstellungspolitik schreiben oder Menschen mit Migrationshintergrund über Rassismus schreiben, das ist nicht nur nicht falsch, sondern das ist enorm wichtig und wenn du dir anschaust wie Redaktionen aufgebaut sind und wer Geschichten schreibt, wie männlich das ist, wie weiß das ist, wie privilegiert das ist, dann musst du dich auch nicht wundern darüber wie die Geschichten erzählt werden. Ich glaub, dass das auch ein ganz, ganz großes Problem ist, dass wir im Journalismus auch haben, dass wir eben sehr wenige Journalist*innen haben, die nicht aus Akademikerfamilien kommen zum Beispiel.“*

E1: „Ja, ich finde das ist schon in Ordnung, da ich es auch manchmal schwierig finde das zu trennen, da bestimmte gesellschaftliche Verhältnisse auch fast alle betreffen. Also ich find auch so das Erfahrungswissen auch eine Form von Wis-

sen ist, das wir mehr schätzen sollten. Also wenn irgendeine Frau feministischen Journalismus macht, da schreibt sie ja nicht immer über ein Thema, das sie selbst betrifft, aber ich finde das ist sehr legitim, da aufgrund dieser Erfahrung also der Connection, die zu diesem Thema da ist. Und ich finde das ok, wenn man das offenlegt und transparent macht und sich selbst während des Schreibprozesses reflektiert und sich selbst verortet und sich Gedanken macht, ok was bin da jetzt ich und was sind die gesellschaftlichen Strukturen, über die ich schreiben möchte.“

S1: „[...] eine Person, die von Sexismus betroffen ist, kann sie über Sexismus schreiben? Ja! Es ist irrsinnig wichtig, weil wir... da geht's ja nicht um konkrete Fälle, da geht's um Gesellschaftsordnungen, über die wir schrieben und ich glaube auch, wenn man selbst davon betroffen ist, man auch mehr Einblick hat und wir diesen Leuten zuhören müssen und wir sie ernst nehmen müssen. Und das heißt auch, also ich glaub, dass das auch nochmal einen kritischeren Blick ermöglichen kann.“

B1: „Also ich glaube es wäre sehr schwierig, wenn man zum einen gesellschaftspolitisch arbeitet, da nur über Themen zu berichten, die einen selbst nicht betreffen. Ich weiß gar nicht wie das möglich wäre. Es ist natürlich nicht gut, wenn man jetzt ein Thema hat, dass einen selbst gerade emotional sehr beschäftigt und bauscht das vielleicht aus einer emotionalen Betroffenheit her auf und macht das auch nicht transparent. Das wäre, denk ich schlecht“

E2: „Und da sind wir bei dem Punkt glaub ich, dass ne Haltung auch nicht immer ne Meinung sein muss und dass oft auch einfach darum geht Dinge auch einzuschätzen und das ist in 'ner gewissen Art auch die Aufgabe von Journalist*innen, nicht zu sagen, mh hier ist jetzt ein pro und contra, sucht euch doch selbst aus irgendwas. Sondern ich beschäftige mich seit 'ner Zeit damit, ich hab Ahnung und ich schätz das als das und das ein, weil...! Und das find ich ist ein Unterschied als zu sagen, das ist jetzt meine Meinung - take it! Ich seh' das halt so, weil ich's so seh' und das find ich wichtig, dass man das begreift.“

E2: „Aber grundsätzlich, wenn man jetzt nicht komplett involviert ist, ist es sogar was Positives, wenn es einen betrifft. Weil man dann vielleicht auch empathischer ist und mehr in dem Thema ist und ähm ich glaub es sollten mehr Leute über Dinge schreiben, die sie selbst betreffen und von denen sie Ahnung haben.“

Viele der Journalistinnen, die eigene Erfahrungen publizieren erzählten, dass sie hin und wieder zu hören bekämen deshalb nicht objektiv zu sein und nicht professionell zu sein, woraufhin sie erwiderten, dass eine solche Haltung nur aus einer privilegierten Position heraus kommen kann. Wenn nur Menschen, die nicht von Ungerechtigkeit betroffen sind, Journalismus betreiben dürfen, dann kann unmöglich eine diverse Berichterstattung erreicht werden. Sie finden es extrem wichtig, dass Menschen, die zum Beispiel von Sexismus betroffen sind, über Sexismus berichten dürfen müssen, denn sonst würde die Problematik medial untergehen.

L1: „[...] ich mein, dass würde bedeuten, dass ich nie über Frauenthemen schreiben darf und die Männer werden nicht über Frauenthemen schreiben, das heißt aber dann praktisch, dass niemand darüber schreiben wird. Da ist jetzt Österreich nicht so stark aber in den US-amerikanischen Medien sind es auch oft people of color, die über Rassismus schreiben und wenn die es nicht tun, dann kommt das einfach nicht vor. Ähm und grundsätzlich glaub ich schon, dass man einen anderen Zugang zu einem Thema hat, wenn man circa weiß wie das ist. Also, wenn ich jetzt etwas schreiben möchte, muss ich nicht erst mal recherchieren, sexuelle Belästigung, gibt es das wirklich?, sondern ich hab Freundinnen, die reden mit mir und dann weiß ich schon, dass das irgendwie ein weit verbreitetes Phänomen ist. Und dann kann ich von etwas anderem ausgehen. Und ich mein das ist wie, wenn ich sage, Leute, die Biologie studiert haben, sollen nicht Wissenschaftsjournalismus machen.“

Mich interessierte auch wie die Journalistinnen mit Emotionalität im Journalismus umgehen. Hier scheiden sich die Geister. Viele brachten bei der Frage, was sie von Emotionalität im Journalismus hielten zunächst Boulevardjournalismus damit in Verbindung. Emotionalität bedeutet für sie reißerische und emotionalisierte Sprache, das nicht Einhalten der journalistischen Sorgfaltspflicht und das Abzielen darauf beim Publikum

Emotionen auszulösen. Nach diesem ersten Impuls Emotionalität zunächst abzulehnen, lenkten auch viele ein und gaben an, dass Emotionalität im Journalismus auch extrem wichtig sein könne. Eine Geschichte, in der tragische Figuren vorkämen, dürfe auch emotional erzählt werden. Emotional zu schreiben kann auch ein legitimes Stilmittel sein.

V1: „Ich find das kommt voll aufs Thema drauf an. Also ich find, dass es bei manchen Themen Emotionalität braucht. Also bei Reportagen, wo man eben irgendwie... es gibt ja Reportagen, die wollen Mitgefühl auslösen. [...]Ich glaub’, dass die Orte wo Emotionen passieren auch emotional beschrieben werden müssen. Also ich glaub ich kann nicht irgendwie über was Trauriges oder was Ungerechtes berichten ohne zu sagen, dass ist traurig oder ungerecht.“

Schwierig wird es nur, wenn absolut keine persönliche emotionale Distanz zur Geschichte und den Protagonistinnen gewahrt werden kann.

V1: „[...] wenn du jetzt zum Beispiel in Moria aus dem Flüchtlingslager aus Lesbos berichtest, du sollst darüber berichten wie ist die Lage, wie geht es den Leuten und du stehst da und weinst vor der Kamera, geht’s da plötzlich nur noch um dich und die G’schicht ist nimma die Menschen vor Ort und wies ihnen geht, sondern die Geschichte bist plötzlich du als Journalistin, als Journalistin stehst da und plerrst, weil die Sache ist so arg, da ist dann, also das find ich schwierig, weil es ist auch sehr übergriffig. Und es ist net fair gegenüber den Menschen, über die du berichtest.“

S1: „[...] also das Ganze braucht Distanz, also die kritische Distanz dazu, also wenn ich selbst grad in einem, weiß ich nicht, Sorgerechtsstreit bin, und darüber schreibe, weiß ich nicht, ob das dann vielleicht die richtige Geschichte für mich ist, wenn ich da selbst zu emotionalisiert bin. Oder es kann auch sein, dass ich mich da objektiv so rausnehmen kann. Das muss ich auch selbst beurteilen können.“

L1: „Wenn die Person, die mir gegenüber sitzt, sehr emotional ist, dann wird auch der Text sehr emotional. Also eh klar, ich versuche quasi ihre Stimme zu

channeln ähm ja. Also ich glaub, das ist was, was man nicht rausnehmen kann. Wenn's um etwas geht wie Empathie, dann find ich das ganz gut, wenn man überhaupt mit den Leuten, mit denen man redet, respektvoll und empathisch ist, insgesamt egal um welche Geschichte es geht. Wenn's aber darum geht, dass das eigene Ego verletzt ist und man sich irgendwie behaupten will dann hat das meiner Meinung nach keinen Platz. Also es kommt darauf an welche Emotionen, in welchem Rahmen, wie ausgedrückt werden.“

L1: „Also ich weiß nicht, Leute sind prinzipiell emotional. Ich glaube in allem was wir circa tun. Weil kühl sein ist ja irgendwie auch ein Ausdruck von Gefühlen.“

Eine Journalistin sagte beispielsweise, dass man dann aufpassen müsse, sich selbst mit seiner emotionalen Involviertheit nicht in den Vordergrund der Geschichte zu stellen. Zwei der befragten Journalistinnen distanzieren sich komplett von Emotionalität im Journalismus. Sie sagten, dass das höchstens in einem Kommentar möglich sei. Zwei andere Journalistinnen machten deutlich, dass sie Emotionalität auf keinen Fall vom Journalismus trennen möchten. Es sei wichtig, dass das Attribut, dass eher dem weiblichen Geschlecht zugeordnet wird und dadurch gesellschaftlich abgewertet und als unprofessionell erachtet wird, normalisiert wird. Sie halten die Forderung von der Trennung von Emotionalität und Journalismus für eine Methode des Patriarchats Frauen zu silencen.

E1: „Weil, ich halt auch finde gerade so diese Trennung Rationalität muss in der Öffentlichkeit stattfinden und Emotionalität in der Privatheit und hat in der Öffentlichkeit nix verloren. Und abgesehen davon, dass das auch so eine geschlechtliche Trennung ist ähm, die ich gerne aufheben würde, finde ich, dass Emotionen sehr wohl auch was in der Öffentlichkeit verloren haben und ich finde, dass ist was wo man auch merkt, dass in echten Diskursen, die voller Emotionen sind und das wird auch im Journalismus aufgegriffen, so diese Emotionalität die da drin steckt... und ich finde auch, dass man reflektieren sollte, welche Rolle spielen Emotionen in diesem Prozess. Vor allem warum schreib ich da jetzt darüber, warum sind die wichtig, wie bin ich vielleicht auch emotional betroffen aber ja genau.“

J1: „Ich finde Emotionalität im Journalismus wahnsinnig wichtig. Für mich persönlich, ja. Und ich kann nicht so viel mit dem Anspruch anfangen, dass alles so kühl und nüchtern und so sein muss. Versteh mich nicht falsch, ich bin natürlich absolut für Qualitätsjournalismus und für Fakten und und und. Dennoch finde ich, dass das so eine männlich geprägte Form ist und ich merke schon, dass je weiblicher der Journalismus ist... und es gibt ja immer mehr Frauen, mittlerweile schon vor allem unter 30 auch mehr Frauen als Männer im Journalismus arbeiten, vielleicht hat das damit zu tun, dass das jetzt halt einfach... das klingt wie eine klischeehafte Sache aber dass das schon zu mehr Emotionalität und mehr Realness geführt hat. Und es funktioniert aber, weil die Leute wollen Geschichten, mit denen sie sich identifizieren können.“

S1: „Bei mir als Autorin, ich finde das, also da muss man sich zurück nehmen. Da verschreib ich mich viel mehr der Objektivität, der Sachlichkeit. Da hat bei mir, wenn ich bei einem Thema emotional reagiere, weiß ich nicht, ob ich die richtige Autorin wäre dafür. Das Geschichten Emotionalität hervorrufen können, ja, warum nicht. Manche Geschichten rütteln wach und berühren. Also in der Geschichte selbst überhaupt kein Problem, wenn ich selbst emotionalisiert bin, würde ich als Autorin da eher Abstand nehmen.“

In der letzten Kategorie *Objektivität ablehnen* finden sich acht von zehn Journalistinnen wieder. Sie sehen Objektivität im Journalismus sehr kritisch, beziehungsweise lehnen sie komplett ab. Sie halten Objektivität für ein veraltetes Ideal, dass von privilegierten Menschen hochgehalten wird, um sich nicht mit bestimmten Problematiken beschäftigen zu müssen.

A1: „[...] und ich find es ist radikal ausgedrückt aber es stimmt schon, dass es eigentlich keine Objektivität gibt... weil allein wie ich die Themen setze, ist ja schon subjektiv. [...]Also ich denke, dieses ganze, es muss wertungsfrei sein, ist irgendwie so ein althergebrachtes Ding, das man eben im Publizistikstudium lernt und die Meinung darf nicht einfließen. Aber ich glaub bis zu einem gewissen Grad fließt sie immer ein, glaub ich. Ich find's auch nicht schlimm, ich find's überhaupt nicht schlimm. Aber ich find' man darf halt dann nicht so tun als wär's objektiv. Also es darf subjektiv sein und auch erkennbar subjektiv sein, find' ich.“

V1: „Wobei Objektivität natürlich so ein Schlagwort ist. Wie objektiv kann ich als Individuum überhaupt sein? Wie sehr kann ich meine eigene Geschichte, meine eigene Wahrnehmung tatsächlich leugnen? [...] Ich glaub', dass Objektivität, ich glaub der Begriff ist einfach falsch. Weil, worum geht's? Es geht jetzt natürlich nicht darum, dass man Dinge falsch darstellt oder Dinge in einem besseren Licht dastehen zu lassen, sondern darum, dass ich die Geschichte halt möglichst so erzähle, wie sie passiert ist.“

V1: „Also auch, wenn du dir mal so renommierte Medienhäuser anschaust, die von diesem Objektivitätsgrundsatz predigen und du dir dann in gleicher Folge anschaust wie viele Frauen... egal also wie da das Verhältnis von Frauen zu Männern aussieht, ja? Und würde man sich jetzt orientieren daran, wie die Welt in den Medien dargestellt wird, würde man nicht glauben, dass das Geschlechterverhältnis 50:50 ist. Und dann kann man auch sagen, ja wie objektiv ist dann das? Also allein durch die Auswahl meiner Themen, die Auswahl meiner Protagonist*innen kreiere ich natürlich eine Form von Wirklichkeit, die meine Form von Wirklichkeit ist, die meiner Sozialisierung, meiner persönlichen Historie geschuldet ist und dann ist es ja aber schon wieder subjektiv, in a sense. Also ich finde der Begriff an sich ist veraltet“

L1: „Ich glaub es ist wichtig, dass Meinung und Bericht getrennt ist, dass klar ist für die Leute, die zusehen, was Meinung ist und was nicht. Ich find's vollkommen in Ordnung eine Meinung zu haben, es wäre komisch, wenn wir so tun als hätten wir keine“

E1: „Also ich glaub, dass alle Menschen, die journalistisch tätig sind, immer schon eine gewisse Grundeinstellung haben oder sich aus bestimmten Gründen mit Themen aus dieser oder jener Perspektive beschäftigen. Also ich glaube auch so Leute, die sagen, sie sind sehr objektiv und bilden so - weiß ich nicht - die Meinung der Mitte ab. Das ist auch keine Objektivität, das ist ja auch schon eine Meinung. Und genau. Ich glaube es ist einfach nicht möglich objektiv zu sein. Ich glaube es ist möglich zu sagen, es gibt verschiedene Sichtweisen und es transparent zu machen, aus welcher man selbst schreibt aber ja, ich

glaub‘ das ist nicht möglich neutral zu schreiben. Oder dass es auch so eine Wahrheit gibt, das kann ich mir nicht vorstellen.“

*J1: „Natürlich gibt es facts, an denen man sich orientieren sollte und die Wahrheit möglichst gut repräsentieren soll, ja. Und auch double check und Fakten, Fakten, Fakten und dennoch glaub ich, dass es eben diese verschiedenen Realitäten gibt, die wir durch unseren Blickwinkel und unsere Brille wahrnehmen, ja. Und du hast einfach als Journalist*in bist du ja noch immer ein Mensch, der seine Werte und Überzeugungen und Erfahrungen hat und und und und durch diese Brille recherchierst du ja dennoch. Du recherchierst... also du hast diesen Anspruch an dich, dass du möglichst neutral und objektiv berichtest und im Idealfall schaffst du das auch zum größten Teil, aber allein dieses Thema, das du dir ausgesucht hast, über das du recherchierst, ist schon nicht mehr objektiv. Also ich glaube es gibt keine vollkommene Objektivität, nicht im Journalismus und generell nicht.“*

S1: „Als Journalistin ist meine Aufgabe mich der Objektivität zu verschreiben, möglichst ausgewogen zu berichten, meine Quellen oder Recherche auch so weit es geht transparent zu machen und mich mit keiner Sache gemein zu machen - ja überparteilich zu sein [...] also die Frage ist natürlich, ist hundertprozentige Objektivität möglich, weil wir natürlich alle aus Hintergründen kommen, also mit einem Sichtfeld, das sich so zusammen setzt aus allem was wir bisher erlebt, aus welchen Hintergründen wir selbst kommen, zum Beispiel. Und Objektivität ist für mich, dass ich versuche möglichst alle Aspekte einer Geschichte, zu berücksichtigen. Wenn ich eine Geschichte schreibe, mir möglichst viele Informationen holen, möglichst viele Menschen vielleicht oder auch Expertinnen/Experten interviewe und dann kurz bevor ich die Geschichte schreibe, gewichte, indem ich abwäge, um ein möglichst breites Bild den Leserinnen und Lesern oder auch Zuseherinnen, Hörern und so weiter zukommen zu lassen..“

Einige Journalistinnen gaben an, dass sie an sich nichts gegen Objektivität hätten, sondern gegen die Deutung des Begriffs. Für sie ist Objektivität keine Unparteilichkeit und Emotionslosigkeit, sondern eine diverse Berichterstattung, die über alle Menschen der Gesellschaft berichtet und alle diese zu Wort kommen lässt. Eine Gesellschaft, in

der nur weiße Männer sachlich über Themen, die sie nicht betreffen, Texte publizieren dürften, sei keine objektive Abbildung der Welt.

V1: „Also ich stimm’ nicht ganz damit überein, was die Definition laut Duden wäre, aber ich glaub’ schon, dass man nach bestem Wissen und Gewissen die Wahrheit erzählen muss aber da gibt’s viele Aspekte. Was mir jetzt zum Beispiel wichtig ist, ist, dass wir in der Berichterstattung sehr divers sind, nicht weiß hetero-normativ sind. Dass wir eben auch für Gruppen, die in den letzten Jahrzehnten ignoriert worden sind, Sichtbarkeit schaffen. Auch das ist eine Form von Objektivität.“

E2: „Oder sich die Leute auch in die Redaktionen zu holen, damit die Leute selbst von sich sprechen. Und das ist für mich schon mal der Anfang und der Beweis, darum gibt es Objektivität nicht und deswegen müssen Redaktionen auch möglichst divers sein, dass man möglichst unterschiedliche Haltungen auch hat und Erfahrungen vor allem.“

L2: „Also ich glaub es wird halt immer einen Unterschied machen wer einen Artikel schreibt. Also ich jetzt als Frau mit Migrationshintergrund, werde immer einen anderen Artikel produzieren als ein weißer Mann. Also es wird halt immer irgendwie einen Einfluss haben, wer das jetzt produziert und ja wie ich dann an die Sache rangehe. Ganz objektiv kann man einfach nicht sein.“

E2: „Aber dieser ganze Objektivitätsblödsinn, das regt mich schon so auf, weil das immer die Leute sind, die selbst überhaupt nicht objektiv sind, sondern das Bild vertreten von der Gesellschaft, was nach wie vor das Mehrheitsbild ist und das ist halt weiß und männlich und drum können Männer auch leicht sagen Objektivität bedeutet halt genau auch das.“

4.2 Persönlicher Bezug zu Feminismus/Aktivismus

In dieser Kategorie wird festgestellt wie die befragten Journalistinnen persönlich zum Feminismus stehen, warum sie Feministinnen sind und inwieweit der Feminismus ihr Leben prägt. Aus den Antworten ergaben sich die Unterkategorien: *Ungerechtigkeit*

bekämpfen, Meinung teilen, Einfluss von Feminismus in den Journalismus in den Journalismus und Mitgliedschaft in Organisation.

Die befragten Journalistinnen sind alle Feministinnen. Das war schon vor der Auswertung klar, da das Sampling so festgelegt wurde. Der Hauptgrund und die Motivation von allen befragten Journalistinnen, warum sie Feministinnen sind, ist der Kampf gegen Ungerechtigkeit. Viele gaben an, dass die Identifikation mit Feminismus, die einzig logische Konsequenz sei, wenn man sich einmal mit Ungerechtigkeiten in der Gesellschaft beschäftigt hätte.

V1: „Wenn man einmal anfängt Systematik zu erkennen, Ungerechtigkeit zu erkennen und auch zu realisieren, es bist nicht nur du, sondern ein System, dann bleibt dir in Konsequenz gar nichts anderes mehr über als zu sagen, ja ich bin Feministin.“

Einige der Befragten machten deutlich, dass Feminismus für sie keine besonders politische oder radikale Ansicht sei, da der Feminismus, in seiner grundlegendsten Auslegung, die Gleichberechtigung zwischen allen Geschlechtern fordert.

A1: „[...] ich finde, dass jeder Mensch, der ähm der Meinung ist, dass alle Menschen die gleichen Rechte haben sollten automatisch Feminist oder Feministin ist. Also es ist für mich, Feminismus ist für mich auch net der Kampfbegriff, für den er von vielen gesehen wird, die damit nur verbinden irgendwelche radikalen Matriarchatsphantasien, sondern einfach ganz basic, dass Männer und Frauen und alle dazwischen, die gleichen Rechte haben“

Daraus resultiert auch das Unverständnis für Menschen, die sich klar vom Feminismus abgrenzen oder ihn diskreditieren wollen. Die Journalistinnen haben ein Verständnis über gesellschaftliche Strukturen wie das Patriarchat, die Privilegien von weißen Männern und klassische Geschlechterrollen und kritisieren diese Umstände. Sie äußern deutlich, dass sie Diskriminierung jeglicher Art ablehnen und setzen sich deshalb mit Feminismus auseinander, weil sie der Ansicht sind, dass das der Weg sei, der zu mehr Gerechtigkeit führt. Feminismus zu unterstützen wird als Selbstverständlichkeit wahrgenommen.

E1: „Naja, weil ich's einfach wichtig finde zu einer Gesellschaft zu gelangen, die möglichst fair für alle Menschen ist. Und ich finde Feminismus einen guten Weg dahin. Vor allem intersektionaler Feminismus, der halt verschiedene Diskriminierungsverhältnisse mit einbezieht und versucht aufzudecken und ja genau also ich finde Feminismus ist einfach ein Weg zu ner besseren Gesellschaft zu kommen und hilft halt allen Menschen.“

Ihre politische Überzeugung wird in vielen Fällen auf Social Media geteilt. Viele positionieren sich vor allem auf Twitter und Instagram offen als Feministinnen und teilen dort ihre Meinungen. Viele gaben an ein privates feministisches Umfeld zu haben, in dem sie ihre Meinung zu Feminismus äußern.

Der Einfluss von Feminismus beschränkt sich aber bei beinahe allen nicht nur auf den privaten Raum, sondern hat auch Auswirkungen auf ihre berufliche Tätigkeit als Journalistinnen. In Form von Meinungskommentaren stehen einige in Publikationen offen zu ihrer feministischen Haltung. Zwei der Befragten schreiben für feministische Magazine, die ganz deutlich ihren politischen Schwerpunkt offenlegen. Fast alle der interviewten Journalistinnen gaben an, dass ihre Politisierung in der Auswahl der Themen, über die sie schreiben, klar erkennbar sei. Vier der Befragten sagten, sie seien in feministischen Organisationen aktive Mitglieder und viele nehmen privat an etwaigen Demonstrationen teil.

D1: „Also ich besuch regelmäßig Demos, ich äußere öffentlich auch meine Meinung in politischen Diskursen. [...] ich arbeite wenn dann viel mit Insta Stories, da irgendwie meine Meinung kund zu tun oder die Meinung anderer Frauen, die ich teile, irgendwie zu teilen. Demonstrationen und halt in Texten, die ich schreibe. Da positioniere ich mich auch. Also Meinung halt in Form von Kommentarform und sonst halt auch Artikel, die irgendwelche politischen, frauenpolitischen Themen behandeln.“

Ich erfragte im Interview inwieweit die Journalistinnen politisch aktiv seien. Die Frage verstanden viele als die Frage danach, ob sie in politischen Parteien aktiv seien. Was alle ausnahmslos verneinten und auch mit einem Zusatz kritisch sahen. Es wurde

deutlich, dass sie eine Parteimitgliedschaft mit der Arbeit als Journalistin als nicht vereinbar sehen, da das eine Grenze der Parteilichkeit überschreite und sie so ihren Verpflichtungen als Journalistin nicht mehr nachkommen könnten.

E1: „Weil ich bin halt Journalistin und Autorin und das find ich wiederum wichtig, dass man da trennt [...] ich find ich kann halt nicht über Innenpolitik schreiben, was ich als Österreichkorrespondentin viel gemacht hab, ähm wenn ich selbst Teil von der Partei wäre und drum bin ich's nicht.“

S1: „Politisch aktiv nein. Also ich bin nicht politisch aktiv, schon gar nicht parteipolitisch. Feminismus ist immer auch politisch, im Sinne von das Private ist politisch aber nein, ich bin nicht politisch aktiv. Ich seh' mich als Journalistin, die ich bin.“

4.3 Art des Einflusses von Feminismus in den Journalismus

Alle der befragten Journalistinnen gaben an, dass der Feminismus Auswirkungen auf ihre Arbeitsweise habe. Interessant war es herauszuarbeiten auf welche Art und Weise sich dieser Einfluss äußert. Aus der Hauptkategorie *Art des Einflusses* ergaben sich 4 Subkategorien: *Themenauswahl*, *Frauenblickwinkel*, *Repräsentation* und *Sprache*.

In allen Fällen, gaben die Journalistinnen an, hat der Feminismus Einfluss auf die Themenwahl. Interessant war auch, dass das bei beinahe allen die erste Antwort auf die Frage war, inwieweit der Feminismus Einfluss auf ihre professionelle Arbeit hat. Die Journalistinnen wählen also gezielt Themen aus, die auf irgendeine Art und Weise feministische Relevanz hat. Einige gaben an, das zu tun, weil sie finden, dass diese Themen in den Medien noch nicht ausreichend diskutiert würden.

E1: „Ähm ich glaub' es hat viele Auswirkungen, weil ich bewusst viele Themen wähle, die als feministisch erachtet werden. Mein letzter Text ist jetzt über häusliche Gewalt, die ansteigt während Corona und ähm ich seh' das persönlich gar nicht als feministischen Text, weil es eh wieder mal die ganze Gesellschaft eigentlich betrifft aber andere würden es jetzt wahrscheinlich als Einfluss meines Feminismus sehen, so. Also ich glaub es beeinflusst mich, weil ich versuch halt

bewusst mehr Themen, auch feministische Themen vorzuschlagen, weil ich finde, dass das nach wie vor zu wenig vorkommt in den Medien.“

Viele sagten, dass sie darauf achten würden jedes gesellschaftliche und soziale Thema mit einem Frauenblickwinkel zu bearbeiten. Eine der Befragten, gab als Beispiel das Thema *Corona Virus* an, das derzeit in allen Medien Thema ist. Sie hat sich hierbei gezielt angesehen, inwieweit das Thema Frauen betrifft und über unbezahlte Care Arbeit geschrieben, die immer noch hauptsächlich von Frauen verrichtet wird und dass sich jetzt durch die weltweite Krise diese Problematik zusätzlich verstärkt.

V1: „Es geht darum zu schauen, wie beeinflusst aktuelles Geschehen- ja die Hegemonien- also wenn wir jetzt das Coronavirus hernehmen, ganz aktuell, und wir reden dann aber gleichzeitig von der Verteilung von Care Arbeit, die halt überwiegend gratis von Frauen verrichtet wird, dann ist das sonst etwas was in der öffentlichen Debatte einfach untergeht.“

Eine andere Journalistin bestätigte die Herangehensweise und erläutere mit einem ganz ähnlichen Thema, welches sie während der Pandemie beschäftigte.

L1: „[...] also wenn's jetzt halt so allgemeine Themen gibt, die interessant sind, dann denk ich mir halt kurz, gibt's irgendeinen bestimmten Aspekt, den hauptsächlich Frauen trifft? Ich mein jetzt bei Corona ist das irgendwie ganz klar, dass diese ganze Home Office mit Kindern Sache. Und es sind dann auch ein paar konkrete Berufe, wo Frauen einfach viel stärker vertreten sind. Und die Überlegung, dass Frauen eher unsichere Jobs haben, eher geringfügig arbeiten, eher Teilzeit arbeiten und dass das die Jobs sind, die verschwinden.“

Eine Journalistin, die auch angab einen *Frauenfokus* auf Themen zu setzen, sagte, dass sie deshalb auch schon kritisiert wurde. Ihr wurde vorgeworfen, dass *Geschlecht* im Journalismus keine Rolle spielen sollte. Worauf sie allerdings erwiderte, dass es diesen Fokus geben muss, weil die Themen sonst untergehen, da der Mann in der patriarchalen Gesellschaft, die auch den Journalismus prägt mit seinen Problemen standardisiert und als normal angesehen wird. Während Frauenprobleme zu etwas Speziellem und Besonderem stilisiert würden.

J1: „Also irgendwie bei jedem Thema such’ ich mir den Frauenblickwinkel raus, ja. Ich hab’ aber auch schon gehört von einer Journalistin, dass sie das sehr kritisiert, weil sie sagt wir sind ja Journalisten und da ist es ja egal ob weiblich oder männlich. Und ich denk mir, mhm ich find es nicht egal, weil ich denk mir, wenn wir als Frauen nicht über die Themen schreiben, wer soll das bitte schreiben.“

Der Mann als Standard in der medialen Berichterstattung ist ein Punkt, den auch weitere Journalistinnen kritisierten und gezielt dagegen arbeiten wollen.

L1: „[...] ich schau, dass ich das mitnehme, allgemein, in alle Themen, die wir machen oder die ich mir überlege, kurz zu schauen, gibt’s da irgendwas Spezifisches was man zu Frauen sagen muss, weil der Mann ja oft der Standard ist und man von Männerproblemen ausgeht und die Frauen sind dann so special.“

Wichtig für alle interviewten Journalistinnen ist *Repräsentation* von marginalisierten Gruppen. Sie wollen Sichtbarkeit für Menschen schaffen, die in den herrschenden Machtstrukturen machtlos sind und ohne ihre Unterstützung, in Form von Berichterstattung über ihre Situation, unsichtbar bleiben würden. Das bedeutet, dass sich die Wahl ihrer Themen und der Blickwinkel, mit dem sie ans Schreiben herangehen, nicht nur auf *Frauen* beschränkt. Fast alle der Journalistinnen machten deutlich, dass der Feminismus, den sie praktizieren intersektional sei und ihre Berichterstattung nicht weiß-heteronormativ männlich sein soll.

Auffällig war auch, dass vielen wichtig ist, bei der Wahl der Expert*innen für Interviews darauf zu achten, dass es sich dabei um eine Frau handelt, oder sogar um eine Frau mit Migrationshintergrund. Den Journalistinnen ist es also nicht nur wichtig von den typischen Männerthemen wegzukommen, sondern auch davon nur Männer als die einzigen Experten wahrzunehmen. Das bedeutet für sie, gezielt daran zu arbeiten eine andere Perspektive darzustellen.

*V1: „Ich glaub dass mein Feminismus meinen Journalismus ausmacht, weil ich schon darauf acht mit wem ich spreche und natürlich darauf acht, dass ich mit Frauen spreche. Die Expert*innen, die ich interviewe - dass ich immer zuerst schau gibt’s eine Frau, die sich auskennt, zu dem Thema, gibt’s vielleicht sogar*

noch eine Frau mit Migrationshintergrund, die Expertin ist bei dem Thema und inwieweit betreffen gesellschaftspolitische Geschehen Frauen.“

D1: „Aber ich versuch halt zum Beispiel schon immer eher Frauen als Interviewpartnerinnen zu finden, muss ich sagen. Ab und zu natürlich auch Männer aber mir ist halt schon wichtig, dass eher viele Frauen auch viele Women of Color zum Beispiel viel zu Wort kommen. Dass man da nicht einfach die nächstbeste oder den nächstbesten nimmt, der eh schon überall war, sondern vielleicht auch mal von einem anderen Blickwinkel oder halt andere Expertinnen, wo's halt einfach ganz viele gibt, einfach zu einem Interview einlädt.“

Sprache ist ein weiterer Ausdruck des feministischen Einflusses in ihre Arbeit. Viele gaben an entweder zu gendern oder auf geschlechtsneutrale Sprache zu achten. Allgemein lässt die feministische Haltung sie sensibler an Themen und Sprache herangehen. Sprache, die Betroffene triggern kann, wird vermieden und es wird bedacht keine Formulierungen zu verwenden, die vorbelastet sind.

*S1: „Gerade wenn man davon ausgeht, dass alle Menschen gleich an Würde geboren sind, wir dann aber medial vielleicht Schieflagen erkennen und vielleicht Gewaltdelikte wie Vergewaltigungen umschreiben mit Sexattacken, also Verharmlosung betreiben. Das ist eine irrsinnige Verantwortung und wir als Journalist*innen nehmen stark daran teil, was Gesellschaft ist auch.“*

D1: „Weil da... da kacken halt die meisten Medien echt ab. Auch sogenannte Qualitätsmedien. Weil da wird oft Ehedrama, weiß ich nicht Sexmord oder keine Ahnung auch bei Vergewaltigungen oft... also da steht oft nicht Vergewaltigung oder sexuelle Gewalt, sondern es steht Sexdrama oder Sextragödie... weil es ist halt einfach kein Sex. Das ist halt Gewalt und das fällt halt, find ich, besonders auf...“

Auf die Frage, ob die Journalistinnen ihre Arbeit als feministischen Journalismus bezeichnen würden, kamen unterschiedliche Antworten. Vier Journalistinnen gaben an sich mit dieser Bezeichnung zu identifizieren, darunter die beiden Journalistinnen, die für ein feministisches Magazin Texte publizieren, aber auch andere Befragte. Drei sag-

ten, dass sie diese Bezeichnung nicht wählen würden, nur weil sie einen feministischen Blickwinkel auf Themen oder Herangehensweisen hätten. Was sie machen, sei deshalb trotzdem kein explizit feministischer Journalismus. Eine Journalistin, merkte an, dass sie es traurig fände, wenn man ihre Arbeit als feministischen Journalismus bezeichnen würde, weil feministischer Journalismus so viel mehr Potential hätte als geschlechterneutrale Sprache zu verwenden, Expertinnen zu interviewen und Themen zu wählen, die nicht nur für die Mehrheitsgesellschaft relevant sind. Die letzten drei bezeichneten ihrer Arbeit selbst nicht dezidiert als feministischen Journalismus, hätten aber auch kein Problem damit, wenn andere das täten. Sie sehen auf jeden Fall, dass der Feminismus Auswirkungen auf ihre Arbeit hat, aber keine, die es unbedingt Wert wäre, auf eine bestimmte Art zu bezeichnen oder zu kennzeichnen.

A1: „Also ich glaub nicht, dass es automatisch feministischer Journalismus ist, nur weil die Person, die das schreibt Feministin oder Feminist ist.“

4.4 Motivation für den Einfluss von Feminismus in den Journalismus

Nachdem ich mir genauer angesehen habe auf welche Art und Weise der Feminismus die Arbeit der Journalistinnen beeinflusst, wollte ich wissen warum sie das tun und herausfinden was sie dazu motiviert. In der Kategorie Motivation für den Einfluss von Feminismus in den Journalismus bildeten sich drei Subkategorien heraus, die die Motivation gliedern: *Ungerechtigkeit bekämpfen, Denkanstöße liefern, Empowerment/Solidarität*

Der wichtigste Aspekt für die Journalistinnen ist es mit ihren Texten einen Beitrag zu leisten, der die Ungerechtigkeit in der Welt bekämpft und die Welt verbessert. Sie wollen deshalb auf Ungerechtigkeiten aufmerksam machen, die zu wenig mediale Aufmerksamkeit bekommen. *Sichtbarkeit* ist ein Begriff, den viele Journalistinnen verwendet haben, um zu begründen warum sie den Feminismus in ihre Berichterstattung einfließen lassen. Bestimmten Gruppen eine Stimme zu geben, denen sonst keine*r eine Stimme gibt, oder auf bestimmte Themen hinzuweisen, hat eine hohe Priorität.

V1: „Und es ist die Aufgabe einer feministischen Berichterstattung auf so was aufmerksam zu machen und Sichtbarkeit zu schaffen bei Ungleichheiten und Ungerechtigkeiten, die jeden Tag passieren.“

Die meisten halten es für sehr wichtig und sehen es als ihre Aufgabe und eine Art Verantwortung, der sie nachkommen müssen, um Ungerechtigkeit zu bekämpfen. Sie sind sich ihrer Macht bewusst, wenn sie entscheiden, welche Themen sie auf die Agenda setzen. Sie sind der Meinung, dass das Publikum zu informieren, dazu führen kann, bestimmte Umstände zu ändern.

D1: „[...] ja, dass man halt einfach Themen, die für Frauen wichtig sind, und gerade für Frauen, die eben nicht die Möglichkeit haben finanziell oder eben in der Machtposition sind was entscheiden zu können. Und dass man halt auch einfach diese Themen behandelt. Dass man einfach schaut, dass es genug Öffentlichkeit gibt, damit sich vielleicht irgendwann mal was ändert.“

Feministische Berichterstattung ist in den Augen vieler Journalistinnen ein guter Weg um gerechten und kritischen Journalismus machen zu können. Ihnen ist es wichtig achtsam zu schreiben und reflektiert an die Berichterstattung heranzugehen, um Klischees nicht zu reproduzieren. Eine nicht-feministische Berichterstattung sei im Prinzip nichts anderes als das Patriarchat und die damit einhergehenden Umstände zu akzeptieren und weiter am Leben zu erhalten.

V1: „Wir leben im Patriarchat, wir leben in einer nicht gleichgestellten Gesellschaft und wenn du nicht eine feministische Berichterstattung machst, dann wird sich das auch nicht ändern, ja.“

S1: „[...] ich glaube, dass es eine Rolle spielt, wie wir Geschlechter repräsentieren, also wen wir zu Wort kommen lassen, wen wir zeigen im Bild, welche Geschlechterskripte wir selbst laufen haben... das ist eine irrsinnige Verantwortung. [...] und ja durch mediale Wiederholung bilden wir auch unser Wissen über Geschlecht.“

Aus dieser Interpretation ergibt sich zusätzlich ein Verantwortungsbewusstsein, welches es den Journalistinnen quasi unmöglich macht ihre Arbeit vom Feminismus zu extrahieren. Feminismus in den Journalismus zu integrieren ist für sie eine Methode die Welt zu verbessern und diesen Anspruch haben die meisten der befragten Journalistinnen an sich und ihre Arbeit.

Das alles passiert mit dem Wissen, dass sie mit ihren Texten ein Publikum erreichen, dass sie zum Nachdenken anregen möchten. Die meisten Journalistinnen sagten, dass sie ihre Leser*innenschaft zum Nachdenken und Selbstreflektieren über Zustände und ihr eigenes Verhalten anregen wollen.

S1: „Und ich möchte natürlich auch so arbeiten, dass ich die Interpretation dem Publikum überlassen kann und sie nicht gleich offenkundig mitliefere und das mach ich aber bei Berichterstattung, die nicht geschlechterneutral arbeitet oder geschlechtersensibel. also ich würde sagen, dadurch, dass ich geschlechtersensibel arbeite, berichte ich ausgewogener und gerechter. Also ich finde es macht mich noch kritischer.“

Andere formulierten deutlicher, dass sie den Anspruch haben, Meinungen zu beeinflussen.

B1: „[...] ja also natürlich würd' ich gerne, das in die Richtung beeinflussen, dass geschlechterpolitische Themen zum Beispiel als gesellschaftlich wichtig wahrgenommen werden [...].“

E1: „Also klar, jeden Kommentar, den man schreibt, ist ja die eigene Meinung, die man raushaut. Natürlich hofft man, dass sie irgendwelche andere Leute beeinflusst.“

Wobei die meisten von ihnen nicht daran glauben, dass Meinungsbildung durch ihre Texte tatsächlich stattfinden kann. Sie haben eher den Anspruch die Wahrnehmung von Menschen zu beeinflussen, was im weiteren Schritt beim Publikum zu einer Meinungsänderung führen kann. Ihr Anspruch ist es also vor allem ihren Rezipient*innen neues Wissen mitzugeben.

S1: „Ähm, das klingt so simpel und klischeehaft aber vor allem, dass ich Denk- anstöße liefere, dass Menschen, die vielleicht eine Meinung haben, diese Mei- nung nochmal überdenken oder sie annehmen können und mitreinnehmen zu ihrem Wissen. Einfach, dass wir alle ein Stück weit die Welt besser verstehen können. Es ist leider so simpel und klischeehaft.“

Die meisten sind sich bewusst, dass sie Menschen, die Gegner*innen von Feminismus sind, nicht mit ihren Texten überzeugen können. Allerdings ist es für sie auch schon ein Gewinn, wenn diese Menschen wenigstens kurzzeitig mit solchen Themen kon- frontiert werden und darüber nachdenken.

L1: „Beeinflussen ist so ein Wort, dass schlecht konnotiert ist, hab' ich das Ge- fühl. Grundsätzlich wenn, also wenn jetzt deine Meinung gewesen wäre, arme Menschen sind selber Schuld und dann würd ich einen Artikel schreiben im Zu- sammenhang mit Bildung und sozioökonomischen Hintergrund und Familie und so weiter und dann würdest du dir denken, ahja stimmt, diese Zahlen hab ich noch nicht gekannt, Vielleicht denk ich nochmal drüber nach, dann finde ich ist das ein gutes Outcome. Ich glaub aber nicht, wenn du jetzt zum Beispiel Abtrei- bungsgegnerin wärst, dann hätte dich sicher keiner meiner Artikel überzeugt. Dass es trotzdem irgendwie einen straffreien, nicht regulierten Zugang für alle geben sollte.“

E1: „Also ich hoff mal, dass es gelesen wird und ich hoff auch immer, dass es gelesen wird von möglichst unterschiedlichen Menschen, was oft glaub' ich 'ne Wunschvorstellung ist, aber ich freu mich zum Beispiel auch so, wenn ich viel Kritik bekomme auf Kommentare, weil ich mir denk, ok jetzt setzen sich zum Glück auch mal Menschen damit auseinander, die ich erreichen will, so. Also ich hoff immer auch auf Feedback und dass es bei den Menschen irgendwas auslöst und dass sie sich halt einfach mit dem Thema beschäftigen, wo ich mir halt überlegt hab, dass es wichtig wäre sich damit zu beschäftigen.“

Ein weiterer Grund, warum Feminismus im Journalismus für sie eine Rolle spielt, ist es Menschen damit zu empowern und sich solidarisch zu zeigen. Einige gaben an, es wichtig zu finden, marginalisierten Menschen mit ihren Texten zu zeigen, dass sie nicht

allein sind, dass es auch andere gibt, die unter bestehenden Umständen leiden und sie sich mit ihnen solidarisieren.

E1: „Ich hoffe, dass es zum Beispiel auch Leute lesen und darüber neues Wissen mitnehmen oder sich empowert fühlen oder bestärkt in was auch immer und ja genau vielleicht auch Leuten so ein bisschen Gefühl mitzugeben, hey ihr seid da draußen nicht alleine so. Es gibt mehrere Leute, die feministisch arbeiten und auch auf verschiedensten Ebenen. So das ist unser gemeinsamer Kampf so ein bisschen.“

4.5 Aktivismus im Journalismus

Die letzte Hauptkategorie ist Aktivismus im Journalismus. Hier habe ich untersucht, wie die feministischen Journalistinnen grundsätzlich zur Kombination aus Aktivismus und Journalismus stehen, inwieweit sie selbst Aktivismus im Journalismus praktizieren und welche Regeln sie bei der Kombination für wichtig halten. Daraus ergaben sich zwei Subkategorien: Pro Aktivismus im Journalismus vs. Contra Aktivismus im Journalismus.

Fast alle Journalistinnen, die ich interviewt habe, sind der Meinung, dass Journalismus immer etwas mit Aktivismus zu tun hat. Sie sind der Ansicht, dass jeder Mensch eine gewisse Agenda hat, der er*sie sich auch nicht im professionellen Rahmen als Journalist*in entziehen kann. So zu tun als wäre das nicht der Fall, als könnte man objektiv und neutral sein, halten die meisten von ihnen für falsch und irreführend.

*V1: „Also man weiß das ja auch, möchte es vielleicht... also klassische Journalist*innen möchten das vielleicht nicht so benennen und setzen sich auf ihr Objektivitätsross und sagen, ja das lässt sich auf keinen Fall mit Aktivismus vereinigen. Ich seh' das net so. Also ich glaub schon, dass Journalismus immer a bissi was mit Aktivismus zu tun hat.*

[...]

„also ich glaub', dass man's einfach tatsächlich unterm Strich gar nicht so leicht trennen kann, wie das in der in dieser Debatte oft gesagt wird, das passt auch in diese ganze Objektivitätsdebatte rein. Ich hab' natürlich - jeder Mensch hat in

*irgendeiner Form eine Agenda. Du gehst nicht rein und machst irgendwas ohne, dass du einen Hintergedanken hast. Es geht immer um irgendwas *lacht.*

[...]

*Aber auch der ORF, ja, der öffentlich-rechtlich ist *lacht* und seriöser sein muss, ja, also es ist ja jedem klar, der Standard ist links, die Presse ist konservativer und niemand hat ein Problem damit und trotzdem sind das Qualitätszeitungen und das stimmt. Also ich würde das jetzt auf keinen Fall anzweifeln. Und der ORF ist natürlich der öffentlich-rechtliche und muss deshalb seriös sein und darf seine Einstellungen nicht so, also seine Blattlinie nicht so zur Schau stellen oder so. Aber natürlich macht auch der ORF mit seiner Berichterstattung Meinung, oder Wahrnehmung wie ich vorher gesagt habe, und in weiterer Folge Meinung und wenn das nicht aktivistisch ist, dann weiß ich auch nicht *lacht*.*

[...] Also wenn du's drauf runter brichst, ist es natürlich, es kommt immer darauf an wie definier ich diesen Begriff. Aber ich glaub, dass das nicht trennscharf ist. Also dass du nicht sagen kannst, das ist objektiv - also Objektivität eh schwierig aber dass du nicht trennscharf sagen kannst, so das ist jetzt objektiver, seriöser Journalismus und ab dann wird's Aktivismus. ich glaub, dass das eine Farce ist. Also dass wir uns da an Definitionen aufhängen, die völlig überholt sind.“

Zwei Journalistinnen gaben an, dass sie die Kombination von Aktivismus und Journalismus nicht als vereinbar sehen.

*S1: „Wenn ich mich mit einer Sache gemein mache, wenn ich ein Ziel verfolge und meine Arbeit diesem Ziel unterordne und mich vielleicht auch dieses Ziel daran hindert ähm ein Feld komplett zu beleuchten, wenn ich vielleicht schon Antworten habe, die ich gar nicht selbst hinterfrage, dann ist es schädlich und dann ist das einfach nicht Journalismus. Dann bin ich vielleicht Aktivistin aber dann weiß ich nicht, ob ich Journalistin bin. [...] für mich ist es klar, dass ich Journalistin bin, ich würde mich nicht als Aktivistin bezeichnen. Weil Aktivismus oft so verstanden wird, als hätte man eine Agenda und die finde ich, sollte man als glaubwürdige Journalist*in nicht haben.“*

E2: „Also ich bin politisch nicht aktiv, weil ich das auch nicht sein könnte, weil ich finde da sind wir dann beim Aktivismus angelangt. Weil ich bin halt Journalistin und Autorin und das finde ich wiederum wichtig, dass man da trennt“

Abgesehen von den beiden Journalistinnen, herrscht in der befragten Gruppe ein Konsens darüber, dass Aktivismus im Journalismus möglich ist, beziehungsweise sogar unumgänglich ist. Wobei hier noch wichtig ist anzumerken, dass eine der Journalistinnen, die sagte Aktivismus und Journalismus seien nicht vereinbar, der Meinung ist, dass Feminismus kein Aktivismus sei und Objektivität als Ideal für Journalistinnen komplett ablehnt und nicht als erstrebenswert ansieht. Ihre Interpretation von gutem Journalismus enthält durchaus Aspekte, die andere befragte Journalistinnen als eine Kombination von Aktivismus im Journalismus sehen würden.

E2: „Ähm also für mich ist es unmöglich nicht Feministin zu sein, das ist glaube ich meine Erklärung. Da sind wir auch gleich im Thema drin. Für mich ist das auch kein Aktivismus. Weil ich finde Feminismus bedeutet ja nichts anderes als die Gleichstellung von allen und drum versteh ich ehrlich gesagt auch diese Diskussionen gar nicht, wenn es heißt, oke ist diese Person jetzt zu feministisch oder nicht. Man diskutiert ja jetzt auch bei männlichen Kollegen nicht, ob sie jetzt vielleicht zu menschenrechtlich unterwegs sind, weil es gibt einfach Menschenrechte, es gibt Antidiskriminierungsgesetze und für mich fällt das alles darunter und alles was der Feminismus vertritt, ist meiner Meinung nach nichts Aktivistisches, nichts Radikales.“

Und auch die andere Journalistin, die Aktivismus im Journalismus ablehnt, findet nicht, dass die Integration von Feminismus im Journalismus besonders aktivistisch sei.

S1: „[...] dann bin ich sicher keine Aktivistin, weil ich mich der kritischen Arbeit verpflichte, weil ich objektiv bin, überparteilich arbeiten möchte. Ich glaube aber, dass ich kritischer bin als Feministin, weil wir auch im Journalismus Schief lagen haben, Ungerechtigkeiten, wie wir Menschen, wie wir über Menschen schreiben. Also ich schau mir Journalisten auch an. Also in welchem Verhältnis stehen Macht und Geschlecht in der Berichterstattung zueinander, wie ich vorhin eh schon erwähnt habe, wie oft werden... ähm kommen Männer und Frauen zu

Wort, vor allem in politischen Spitzenfunktionen zum Beispiel. Wie sprechen sie, werden sie gezeigt... und letztlich auch wie werden sie geschlechtlich konstruiert.“

Der Großteil der Gruppe, der die Kombination für vereinbar hält, geht sogar noch einen Schritt weiter und geht davon aus, dass Synergien entstehen können, da diese Art von Journalismus die Lebensrealität einer bestimmten Gruppe darstelle.

E1: „Also ich finde auch hier muss das wieder reflektiert werden aber ich finde auch zum Beispiel, wenn das so Zeitungen oder kleinere Zeitschriften oder Broschüren aus irgendwelchen Bewegungen heraus entstehen, dann ist das eigentlich... ich find das sogar wünschenswert, weil das ja so einfach die Realität einer bestimmten Gruppe so abbildet und auch nochmal ganz anders greifbar macht, was da passiert. Und ich glaube manchmal, dass Leute, die involviert sind, in Strukturen, Sachen nochmal ganz anders darstellen können, nochmal eine andere Perspektive drauf werfen, aber ich find schon, dass es immer reflektiert werden muss, wie die eigene Verortung ist und wie es auch den Text beeinflusst auf jeden Fall.“

Sie kritisieren, dass oft so getan wird, als wäre die Kombination etwas Schlechtes, etwas Unprofessionelles. Davon abgesehen, dass sie nicht einmal finden, dass Aktivismus im Journalismus etwas Negatives ist und zu diesem Thema ein Umdenken in der Gesellschaft stattfinden sollte, merken einige auch folgendes Problem an: Haltung im Journalismus zu zeigen wird oft mit dem Vorwurf des Aktivismus diskreditiert. Selbst wenn kein Aktivismus stattfindet, die Journalist*innen sich an jegliche journalistische Sorgfaltspflicht halten, aber eine Haltung zeigen, die bestimmten Personen nicht passt, wird schnell argumentiert es handele sich um Aktivismus, der nichts im Journalismus verloren habe. Viele der befragten Journalistinnen haben diese Kritik zu ihrem Journalismus bereits gehört. Weil sie sich feministisch positionieren, wird ihnen ihre Professionalität abgesprochen und versucht sie auf diese Art und Weise zu diffamieren.

V1: „Ich hab’ das Gefühl, dass dieser Vorwurf... als wäre das jetzt was Schlechtes. Und als wäre das jetzt etwas was nicht ohnehin jeder machen würde, der in a sense, journalistisch arbeitet. Es geht halt da um eine Diskreditierung

**lacht* und man ist es glaub ich nicht gewohnt, dass plötzlich junge Frauen so laut sind und versucht diese Debatte zu zerstören quasi.“*

*L1: „Ich persönlich finde das nicht so schlecht aber wir müssen uns darüber im Klaren sein, dass die Leser*innen, Leute, die laut aktivistisch sind, einfach weniger ernst nehmen und ihnen grundsätzlich weniger vertrauen, wenn sie nicht ihrer Haltung entsprechen. Ich weiß nicht, ob du sie angefragt hast aber Nicole Schöndorfer ist das beste Beispiel, denke ich, in Österreich und die meiner Meinung nach einfach gute Arbeit leistet und ich folge ihr sehr gern und ich lese auch sehr gern all ihre Sachen. Und ich glaube aber eben, dass es aufgrund dem Ruf, den sie hat schon und aufgrund von ihren Twitter-Postings, dass es viele Leute gibt, die sie sofort diskreditieren“*

I1: „Was ist denn genau die Kritik, die Sie da bekommen?“

*B1: „Mhhh, ja dass zum Beispiel *lacht* dass feministischer Journalismus per se politisch und damit illegitim wäre. Dass es Meinung ist, die nicht seriös wäre.“*

E2: „Ok es gibt so ein paar Regeln im Journalismus, wurden die eingehalten? Und wenn ja, ist es einfach Diffamierung zu sagen, du machst Aktivismus, weil dann kann ich jedem Mann vorwerfen, du machst Aktivismus fürs Patriarchat jeden Tag, so“

E2: „Aber ich kenn diese Diskussionen auch aus vielen Redaktionen und ich kenn's leider oft so als Gegenargument, wenn jemandem die Meinung von irgendjemand nicht passt, dass man dann sagt, das ist zu radikal, das ist Aktivismus. Ich find, man kann ne Meinung bis zu nem gewissen Teil sehr gut, auch ne aktivistische Meinung mit Argumenten untermahlen in einem Kommentar und dann finde ich, ist es total legitim.“

Einige fordern, dass feministische Praxis in den ethischen Kodex des Journalismus aufgenommen werden sollte.

J1: „Also ich find feministische Praxis gehört überhaupt in einen ethischen Kodex des Journalismus eingebettet, ja. Also, wenn ich jetzt sage, ich finde das

nicht in Ordnung, wenn von Familientragödie oder Sexattacke gesprochen wird, ja, dann natürlich nehme ich das als Feministin wahr, weil ich Feministin bin, aber ich finde, das ist ein genereller ethischer Aspekt, der im Journalismus sich angeschaut gehört.“

Beinahe alle der Befragten Journalistinnen halten die Kombination aus Aktivismus und Journalismus für möglich, beziehungsweise sogar für sinnvoll. Allerdings nur, wenn die journalistische Sorgfaltspflicht eingehalten werden kann. Das bedeutet, dass dem sauberen Recherchieren, der Transparenz für etwaige politische Ziele, die verfolgt werden etc. immer noch nachgegangen werden muss. Sie halten eine transparente Kombination aus Aktivismus und Journalismus sogar für ehrlicher als einen Journalismus, der vorgibt objektiv zu sein, dies aber nicht einhält.

V1: „Ja es darf schon sein aber es muss transparent gemacht werden, mein ich. Also wenn ich jetzt zum Beispiel Mitglied bin, bei der Burschenschaft Hysteria und ich schreib einen Artikel über die Hysteria, dann muss da auch ein Disclaimer stehen "Die Autorin ist Mitglied von xyz". Also ich find schon, dass das verschmelzen darf aber es muss halt einfach klar sein, wer da spricht und aus welcher Motivation man da spricht. Nämlich nicht, dass man da total objektiv und trocken über ein Thema berichtet, sondern irgendwie politisch ist.“

V1: „Ja, du darfst natürlich nicht vergessen, dass du immer noch journalistisch arbeitest. Du darfst natürlich nicht die Grundregeln außer Acht lassen. Du darfst nicht weglassen was reingehört, nur um deiner Geschichte einen Dreh zu geben, den du haben möchtest. Du musst immer Gegenstimmen einholen, ja. Du musst immer mehrere Seiten beachten, auch deine eigene.“

L2: „Ich find halt es ist immer wichtig auch klar darzustellen irgendwie, woher man kommt oder warum man halt jetzt wie berichtet und halt einfach transparent zu sein und nachvollziehbar zu machen, woher man seine Infos hat und warum man welche Interviewpartner auswählt und so. Ich find solange klar ist, warum man was wie macht, ist es gut. Und halt immer versucht verschiedene Seiten zu beleuchten, aber ja. Ich find Meinung hat schon auf jeden Fall Platz im Journalismus und eben auch Aktivismus, wenn es halt passt. Ja.“

J1: „Ich komm wieder auf diesen Transparenzpunkt zurück. Also ich finde, es sollte schon transparent sein, wenn du bei der Antifa bist und du bist Journalistin, solltest du das nicht verstecken. Ja, also, es ist aber auch so ein komischer Anspruch, wenn die Leute sagen, ja das muss man trennen. Ich mein Oida, du weißt doch von jedem Journalisten auf welcher Seite der - also ja du weißt jetzt vielleicht nicht welche Partei diese Person wählt, aber das liest sich doch heraus, wer in welche Richtung geht.“

E1: „Auch bei dem feministischen Magazin, wo ich arbeite sagen wir, dass wir gezielt eine feministische, also politische Haltung haben und dass natürlich trotzdem die selben Qualitätskriterien gelten, aber das eben transparent machen“

Viele sagen auch, dass sie selbst eine Kombination aus Aktivismus und Journalismus betreiben. Durch die Themenauswahl, durch die Sprache, die sie verwenden, erhoffen sich viele, ihr Publikum zum Nachdenken anzuregen. Der Wunsch nach Veränderung von Wahrnehmung, die in weiterer Folge Veränderung von Handlungen und Situationen bedeuten kann, kann als Aktivismus interpretiert werden.

*V1: „Also ich glaub, das kann ich jetzt nicht nur singulär für mich behaupten, sondern in a way macht das natürlich jeder Journalist, jede Journalistin bei jedem Medium, weil du hast eine Themenauswahl, du hast eine Auswahl deiner Expert*innen, deiner Protagonist*innen. Alleine schon ob du... die Sprache, die du wählst, wie du schreibst, ob du genderst oder ob du's net tust. All das sind Entscheidungen, die natürlich die Wahrnehmung deiner Umgebung beeinflusst, in weiterer Folge Meinungen und wenn man's möchte, ist das immer Aktivismus. ich glaube man kann das jetzt nicht so einfach eins zu eins trennen.“*

Politische Texte zu schreiben, bedeutet für einige politisch aktiv zu sein.

E1: „Ich finde so das feministische Schreiben ist eigentlich eine aktivistische Tätigkeit.“

J1: „Natürlich, wenn ich sage, ich als feministische Journalistin setze bewusst Frauenthemen auf die Agenda, in dem Medium, in dem ich arbeite, sicher nehme ich dann meine Aufgabe als Aktivistin, als Feministin wahr. Sicher kann man das als Aktivismus bezeichnen. Aber ich finde das ist halt, wenn du wirklich von was überzeugt bist und überzeugte Feministin bist, dann bist du ja auch in der Regel davon überzeugt, dass du die Welt für Frauen besser machen willst und ich wüsste nicht wie du das ausblenden sollst, in deiner journalistischen Arbeit, wo du ja direkt am Hebel sitzt, dass du was bewirken könntest.“

Feministische Themen auf die Agenda zu setzen, bedeutet für einige aktivistisch zu handeln. Andere, die das auch tun, würden das allerdings nicht als Aktivismus bezeichnen. Hier herrscht kein Konsens darüber, ob das was sie tun auch Aktivismus ist. Ich habe die Journalistinnen gefragt, welche Grenzen sie bei der Kombination aus Aktivismus und Journalismus ziehen, beziehungsweise welche Regeln sie einhalten müssen. Es wurde wie gerade schon beschrieben sehr oft wiederholt, dass journalistisch sauber zu arbeiten, die höchste Priorität hat. Es darf keine geheime Agenda in den Texten versteckt werden, die nicht offengelegt wird.

B1: „Nicht ok wärs, wenn man ja eine Undercover-Agenda verfolgt und ja was völlig intransparent ist aber wenn die eigene politische Haltung da sichtbar gemacht wird und das auch in bestimmten Bereichen passiert, dann find ich das ok.“

Objektivität vortäuschen wird stark abgelehnt. Auch in aktivistischen Texten sei es ihrer Meinung nach wichtig Gegenstimmen einzuholen. Lügen oder Geschehnisse erfinden ist unter keinen Umständen zu tolerieren. Der Aktivismus muss glaubwürdig sein. Man muss etwaige Verbindungen zu Personen oder Gruppen offenlegen. Es muss nachvollziehbar sein, woher die Infos für die Geschichte kommen.

Viele gaben an, nicht über Vereine zu schreiben, bei denen sie Mitglieder sind.

L1: „Ich glaube eine wichtige Regel ist, offenlegen was man macht. Also ich kann jetzt keinen Artikel über die Sorority schreiben, das ist ganz klar. Also du kannst nicht über den Aktivismus, den du machst, einen Artikel schreiben. Also

für die Initiative, die du machst, kannst du keinen Artikel machen, das ist einfach komisch.“

Falls sich die Journalistinnen aber doch in der Situation wiederfinden, einen Bericht über eine Organisation zu schreiben, in der sie Mitglied sind, wäre es ihnen wichtig, die Verbindung im Text klar zu kommunizieren.

4.6 Beantwortung der Forschungsfragen und Hypothesengenerierung

FF1: Wie sieht das Selbstbild von feministischen Journalistinnen aus?

Die befragten feministischen Journalistinnen haben ein Rollenverständnis, das sie dazu verpflichtet, die Welt mit ihrer Arbeit zu verbessern. Sie machen es sich zur Aufgabe Ungerechtigkeiten in der Gesellschaft aufzuzeigen, für eine diversere und dadurch repräsentativere Berichterstattung zu sorgen, Rezipient*innen dadurch zum Nachdenken zu bringen und hoffen in weiterer Folge damit bestehende Machtverhältnisse, die für Ungerechtigkeit verantwortlich sind, zu ändern. Dabei sind die Journalistinnen aber immer darauf bedacht, höchst professionell und journalistisch sorgfältig zu arbeiten. Wobei Objektivität ein Qualitätsmerkmal ist, das die meisten von ihnen ablehnen, weil sie es für ein überholtes Ideal halten, das durch das Streben nach Diversität in den Medien ersetzt werden muss.

H1: Feministische Journalistinnen sehen sich selbst in ihrer professionellen Rolle als Journalistinnen als Sprachrohr für diskriminierte Gruppen, die sie repräsentieren und sichtbar machen wollen, um Ungerechtigkeit zu bekämpfen. Dabei lassen sie niemals journalistische Qualitätsmerkmale außer Acht. Objektivität als Norm lehnen sie ab und halten stattdessen Diversität in den Medien für ein Ideal, das es anzustreben gilt.

FF2: Inwieweit beeinflusst Feminismus die journalistische Arbeit der Journalistinnen?

Die Journalistinnen setzen den Feminismus in ihrer Arbeit vor allem in der Themensetzung um. Sie setzen feministische Schwerpunkte, indem sie sich immer die Fragen stellen inwieweit Frauen oder andere marginalisierte Gruppen von bestimmten Themen betroffen sind oder wählen gezielt Themen aus, um auf diese Lebensrealitäten aufmerksam zu machen. Sie achten darauf eine diverse Berichterstattung zu wählen.

Das bedeutet in der Umsetzung beispielsweise Expertinnen, statt Experten zu interviewen und zusätzlich noch darauf zu achten, dass die Expertinnen einen Migrationshintergrund haben. Zudem sind sie darauf bedacht sensibel sowohl mit ihrer Sprache umzugehen, um niemanden zu verletzen oder auszuschließen, als auch Geschlechterklischees oder generell Stereotype medial nicht zu bedienen.

H2: Feminismus beeinflusst die Themensetzung, Darstellung und Sprache der journalistischen Arbeit der feministischen Journalistinnen.

FF3: Welche Motivation haben feministische Journalistinnen Feminismus in ihre Profession einfließen zu lassen?

Der Feminismus ist eine Weltanschauung, die alle befragten Journalistinnen in ihrer Arbeitsweise beeinflusst. Da der Feminismus für sie der Weg ist, der zu einer gerechteren Welt führt und Ungerechtigkeit zu bekämpfen der Ursprung ihres Rollenverständnisses als Journalistinnen darstellt, geschieht es unweigerlich, dass der Feminismus einen Einfluss auf ihre Arbeit hat. Die Journalistinnen wollen weg von dem Blickwinkel, der weiße Männer als Standard der Gesellschaft sieht. Sie wollen eine diverse, nicht stereotype, nicht diskriminierende Repräsentation von Themen und Menschen in den Medien, weil sie davon ausgehen, dass mediale Abbildung der *Wirklichkeit* Rezipient*innen beeinflusst. Ihre Motivation für den Einfluss von Feminismus in den Journalismus ist es damit die Welt zu verbessern.

H3: Feminismus ist für feministische Journalistinnen der Weg, um Ungerechtigkeiten in bestehenden gesellschaftlichen Verhältnissen zu bekämpfen.

FF4: Welche Rolle spielt Aktivismus im Journalismus für feministische Journalistinnen?

Die meisten der feministischen Journalistinnen halten es nicht für möglich eine klare Grenze zwischen Aktivismus und Journalismus zu ziehen, da jeder Mensch Haltung und Meinung zu bestimmten Themen hat, die nicht ausgeschaltet werden können, nur weil man journalistisch arbeitet. Sie sind davon überzeugt, dass Journalismus immer etwas mit Aktivismus zu tun hat. Die meisten von ihnen definieren das was sie tun

auch selbst als eine Kombination aus Aktivismus und Journalismus. Sie sehen die Kombination grundsätzlich als unproblematisch an, solange die journalistische Sorgfaltspflicht eingehalten wird und transparent gemacht wird, wofür die Journalist*innen einstehen. Wenn das vorausgesetzt werden kann, halten sie die Kombination sogar für wichtig.

H4: Feministische Journalistinnen betreiben in ihrer professionellen Arbeit als Journalistinnen eine Kombination aus Aktivismus und Journalismus. Diese Kombination halten sie größtenteils für unumgänglich und sehen sie unproblematisch, solange die journalistische Sorgfaltspflicht eingehalten wird.

4.7 Diskussion

Ungerechtigkeit zu bekämpfen ist das größte Anliegen der interviewten Journalistinnen. Das wurde von allen Journalistinnen oft wiederholt. Sei es der persönliche Grund dafür, warum sie sich für Feminismus interessieren, ihre Motivation den Feminismus in den Journalismus einfließen zu lassen oder das Selbstbild, das sie von sich als Journalistinnen haben. Alle der Interviewten gaben an einen ausgeprägten Gerechtigkeitsinn zu haben, dem sie auch in ihrer Arbeit nachgehen. Sie sehen es auch als ihre Pflicht und Verantwortung, mit ihrer Arbeit gegen Ungerechtigkeit vorzugehen. Sie gaben an, dass ihr Ziel sei, die Rezipient*innen mit ihren veröffentlichten Texten zum Nachdenken und Selbstreflektieren zu bringen, in manchen Fällen auch deren Meinungen zu beeinflussen, und hoffen in weiterer Folge, dadurch die Ungerechtigkeiten gegenüber marginalisierten Gruppen zu bekämpfen. Damit entsprechen die befragten Journalistinnen nicht der Mehrheit der Journalistinnen, die 2005 in der Studie von Weischenberg zu ihrem Selbstbild befragt wurden, in der herauskam, dass 90% der Befragten ihre Rezipient*innen neutral informieren wollen. Etwa die Hälfte der Journalist*innen, die damals an der Studie teilnahmen, wollten Missstände aufzeigen und nur 29% nahmen es sich zur Aufgabe benachteiligten Gruppen mit ihrer Arbeit zu helfen. Sogar nur 13% wollen aktive politische Ziele vorantreiben. (Vgl. Weischenberg et al. 2006: 356) Die wenigsten geben an einen Journalismus betreiben zu wollen, der interveniert und sich für diskriminierte Gruppen einsetzt. Die befragten Journalistinnen aus meiner Studie haben also nicht das Rollenverständnis, das die Mehrheit der Journalistinnen hat. Sie

haben ein hohes aktiv-partizipatorisches Rollenverständnis. Journalistinnen, die ihre Rolle so definieren, lassen oft ihre eigenen Werte in ihre Berichterstattung einfließen. (Vgl. Hellmueller/Tandoc/Vos 2013: 541 f) Das bestätigen auch die Journalistinnen, die ich zu ihrem Selbstbild befragte. Es ist ein hohes Maß an subjektivem Interessens-, Erfahrungs- und Werteeinfluss in ihre Arbeit zu erkennen. Weitere Studien ergaben, dass Journalist*innen, die sich politisch eher links verorten und ihr Publikum dazu motivieren möchte soziale Ungleichheiten zu bekämpfen, eine stärkere Ablehnung gegenüber objektiver Berichterstattung haben. (Vgl. Skovsgaard/Albæk/Bro/de Vreese 2013: 35 ff) Von zehn Journalistinnen, ordneten sich acht in meiner Befragung politisch links ein. Diese acht gaben auch an, Objektivität im Journalismus entweder komplett abzulehnen, sehr kritisch zu sehen oder für sich selbst neu zu definieren.

Die journalistische Sorgfaltspflicht einzuhalten, war unter allen Befragten fast ebenso wichtig wie das Streben nach Gerechtigkeit. Über sorgfältiges Recherchieren und generell sorgfältiges journalistisches Arbeiten herrscht unter allen interviewten Journalistinnen Konsens und steht für sie auch nicht in Opposition mit partizipatorisch-aktivem Journalismus. Lügen oder ungenaues Arbeiten bestätigt sich auch aus vorangehenden Forschungen als No Go für alle Journalist*innen, auch für diejenigen, die Objektivität nicht als Ideal anerkennen. (Vgl. Schudson 2001: 150)

Objektivität als Leitnorm im Journalismus ist ein viel diskutiertes Thema. Während Saxer (2012: 17 f) eine Ablehnung von Objektivität im Journalismus als marxistischen Problemfall bezeichnet, der genauso radikal ist wie vollkommene Objektivität anzustreben, halten andere das Festhalten an diesem Ideal für eine Farce, die dazu führt etablierte Verhältnisse bestehen zu lassen (vgl. Schudson 1978: 184). Das bemerkten auch die Journalistinnen aus meiner Studie. Viele sehen sich in der Pflicht eine feministische Berichterstattung zu machen, weil sie der Ansicht sind, dass alles andere ein Akzeptieren von bestehenden Machtverhältnissen sei, die sie sonst unterstützen würden.

Die gesellschaftlichen Ungleichheiten und Ungerechtigkeiten, die die befragten Journalistinnen immer wieder ansprechen, fußen vor allem auf dem Konstrukt des Patriarchats. Sie sprechen sich gegen diese Machtordnung aus, in der Menschen aufgrund ihres Geschlechts von Diskriminierung betroffen sind (vgl. Cyba 2010: 17).

Um gegen das Patriarchat anzukämpfen, weigern sie sich Rollenklischees, wie sie jahrelang in den Medien dargestellt wurden (vgl. Röser/ Wischermann 2008: 730 f)

und immer noch werden auch zu reproduzieren. Sie kritisieren, dass Frauen und Frauenthemen in den Medien unterrepräsentiert sind. Das bestätigt auch die Studie des Global Media Monitor Projects (vgl. 2015). Großes und wichtiges Thema unter den befragten Journalistinnen war außerdem das Thema Diversität. Für fast jede ist Diversität in der Medienlandschaft wichtig. Sie kritisieren, dass weder in der Berichterstattung noch in den Redaktionen ausreichend Diversität herrscht. Das entspricht nicht nur der Wahrnehmung der Journalistinnen aus dieser Studie. Mediengestaltung und Medienräume sind derzeit noch nicht divers genug und es sieht auch nicht danach aus als würde sich daran in naher Zukunft etwas ändern (vgl. Sarwat 2019: 185). Andere Lebensrealität von beispielsweise Frauen oder Menschen, die unter mehr als nur einer Diskriminierungskategorie leiden, zu ignorieren und nicht zu integrieren, ist etwas, das die Journalistinnen nicht akzeptieren wollen. Den Androzentrismus in den Medien, der dafür verantwortlich ist, dass der weiße Mann als Standard für alle Themen und Probleme gesehen wird und die Frau als das Spezielle, Besondere erachtet wird, kritisieren sie scharf. (Vgl. Prenner 1992: 64 ff) Aus diesem Grund ergibt für die meisten Objektivität keinen Sinn. Weil es nicht die eine reale Wirklichkeit gibt, an die man sich halten kann. Eine Journalistin benennt das was als Objektivität bezeichnet wird „Aktivismus für das Patriarchat“. Jeder Mensch hat eine andere Lebensrealität, jede Sozialordnung ist selbstproduziert und nichts Naturgegebenes. Die Gesellschaft ist lediglich an ein bestimmtes Verhalten gewöhnt, zum Beispiel an das Patriarchat und versteht es deshalb mit dem Attribut *objektiv*, obwohl es sich dabei eigentlich um ein konstruiertes Unterdrückungsinstrument handelt. (Vgl. Beauvoir 1992: 5) Dass es nicht die eine Wirklichkeit gibt, sondern jede*r andere Wirklichkeiten baut, die aus den Erfahrungen der jeweiligen Menschen entsteht, ist die Grundauffassung des Konstruktivismus (vgl. Pörksen 2014: 1; vgl. Abels 2010: 91). Wer erkennt, welche Wirklichkeiten konstruiert wurden, wird Beobachter*in zweiter Ordnung und öffnet sich somit für die Akzeptanz weiterer Wirklichkeiten. Die interviewten Journalistinnen, die davon überzeugt sind, dass viele Menschen blind das Patriarchat akzeptieren, sind in diesem Fall Beobachterinnen zweiter Ordnung, in dem sie kritisieren, dass weitere Lebensrealitäten ignoriert werden. Im Konstruktivismus verfolgt man aus diesem Grund den Ansatz, Objektivität durch ein pluralistisches Angebot von Wirklichkeiten zu ersetzen. (Vgl. Pörksen 2014: 4) Diese Idee verfolgen auch die feministischen Journalistinnen. Eine von ihnen sagte, sie habe an sich nichts gegen den Begriff Objektivität, er müsse nur umgedeutet werden. Objektiv ist für sie, so viele verschiedene Lebensrealitäten wie

möglich einzufangen, um eine diverse Medienlandschaft bieten zu können, die alle Menschen auf der Welt vertritt.

Die Journalistinnen sehen in bestehenden Gesellschaftsordnungen keine objektive Wirklichkeit, die es neutral wiederzugeben gilt, sondern konstruierte Diskriminierung, die aufgehoben werden muss. In ihrer Realität ist Feminismus der einzige Weg und die einzige logische Konsequenz, um Gerechtigkeit in die Welt zu bringen. Beim symbolischen Interaktionismus wird davon ausgegangen, dass sich Realität durch Handeln bildet und Handeln auf der Grundlage von Sinn entsteht. (Vgl. Blumer 1969) Der Feminismus ist für die befragten Journalistinnen die sinnstiftende Quelle, auf deren Grundlage sie handeln, sowohl privat, als auch im Beruflichen. Die Journalistinnen benutzen bestimmte Symbole, das kann beispielsweise Sprache sein, um sich als Feministinnen erkennen zu geben und sich wiederzufinden. (Vgl. Krotz 2008: 35)

Um ihrem Handeln nach Sinn Ausdruck zu verleihen haben die feministischen Journalistinnen verschiedene Methoden. Am wichtigsten ist fast allen, ihr Publikum zum Nachdenken anzuregen; dass die Leser*innen Lebensrealitäten wahrnehmen, über die sie sich zuvor noch keine Gedanken gemacht haben. In weiterer Folge kann das auch bedeuten, die Meinungen der Rezipient*innen zu ändern. Das ist den meisten Journalist*innen bewusst. Nur wenige sprechen allerdings tatsächlich von dem Wunsch Meinung beeinflussen zu wollen. Die meisten wollen die Meinungsbildung dem Publikum selbst überlassen, sie sind aber der Ansicht, dass das nur geschehen kann, wenn das Publikum auch über wichtige Faktoren, die zur Wirklichkeitsbildung beitragen, Bescheid wissen. Eine Journalistin spricht deshalb gezielt von der Beeinflussung der Wahrnehmung. Aus diesem Grund achten die Journalistinnen in ihrer Berichterstattung darauf, welche Themen sie behandeln. Dass Frauenthemen auf die Agenda kommen und sie für Sichtbarkeit und Repräsentation von marginalisierten Gruppen sorgen. Sie wählen außerdem Themen, die stereotyp als privat gelten, wie zum Beispiel die Problematik mit unbezahlter Care Arbeit aus, um sie öffentlich zu machen, weil das in der Medienlandschaft zu wenig passiert (Dorer 2002: 138). Das soll die Dichotomien von öffentlich vs. privat und rational vs. emotional bekämpfen. Der bekannte Slogan „das Private ist politisch“ (vgl. Eckes 2010: 178) wurde von zwei Journalistinnen in diesem Zusammenhang explizit genannt. Rollenklischees und Stigmatisierungen, die mit dem Geschlecht zu tun haben, legen sie bewusst ab. Sie sind der Meinung, dass die mediale Darstellung von Geschlecht unser Wissen über Geschlecht prägt. Ganz nach Simon de Beauvoirs (1992: 334) Verständnis: „Man wird

nicht als Frau geboren, man wird zur Frau gemacht“, achten sie darauf gängige Klischees nicht zu reproduzieren und die Klischees somit zu bekämpfen. So wird auch Emotionalität von einigen in den Journalismus bewusst integriert, um den toxischen, Frauen diskreditierenden Dualismus zu bekämpfen. Emotionalität im Journalismus wird insgesamt zu einer Trendwende, wobei hier auch gesagt werden muss, dass die Journalistinnen insgesamt mit der Kombination noch vorsichtig umgehen, weil auch sie an gängigen Denkmustern festhalten, die Emotionalität im Journalismus schwierig sehen. Es ist ihnen hier wichtig immer noch Distanz zu wahren. Empathie hingegen halten alle für sehr wichtig. Das ist auch laut Glück (vgl. 2016: 284) ein wichtiges Kriterium, das ein*en gute*n Journalist*in ausmacht. Empathie und Sorgfalt in Bezug auf Sprache war ebenfalls für alle interviewten Journalistinnen wichtig. Sie wollen mit gendersensibler Sprache und generell sensibler Sprache dafür sorgen, dass niemand ausgeschlossen oder verletzt wird (vgl. Fischer, 2011). Ihr Journalismus soll die Rezipient*innen empowern und ihre Solidarität mit marginalisierten Gruppen zeigen. Ein Anliegen, das viele Menschen haben, die feministische Öffentlichkeit kreieren wollen, ist es subjektive Interessen und Erfahrungen in die Wahl ihrer Themen miteinfließen zu lassen (vgl. Kämpf 2014: 73 ff). Sie fungieren als Gatekeeper, die bestimmen, was das Publikum liest und sie wählen unter anderem die Themen nach subjektiven Präferenzen aus, was schon White und Lewis 1949 und 1950 in Studien zur Gatekeeper Theorie herausfanden (vgl. Burkart 2019: 244 f⁷, zit. nach White, nach Lewin). Dass die mediale Darstellung von Themen beeinflusst, worüber und mit welcher Priorität die Rezipient*innen nachdenken, bestätigen auch Agenda Setting Studien von McCombs und Shaw (vgl. 1972: 176). Die Journalistinnen sind sich dieser Macht bewusst und sie setzen sie gezielt ein, um zu beeinflussen worüber das Publikum nachdenkt und um die Welt damit zu verbessern.

Bei dem ganzen Prozess, Feminismus in den Journalismus zu integrieren, um mehr Menschen von der Wichtigkeit dessen zu überzeugen, steht die journalistische Sorgfaltspflicht an oberster Stelle. Die Journalistinnen arbeiten stets transparent. Sie verheimlichen also nicht, dass die Position aus der heraus sie schreiben eine feministische ist. Sie recherchieren sorgfältig, lügen nicht und verändern Fakten nicht, um Dis-

⁷ White, David Manning (1950): The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News. In: Journalism Quarterly, 27(4): 383-390.

Lewin, Kurt (1947): Channels of Group Life, Social Planning and Action Research. In: Human Relations, 1(2): 143-153.

kurse in eine bestimmte Richtung zu verändern. Außerdem stellen sie auch die Gegenseite dar, wenn sie sich für eine Seite positionieren (vgl. Schudson 2001: 150). Das Halten an gewisse Regeln, die den qualitativen Standard der Berichterstattung sichern, hat für alle befragten Journalistinnen höchste Priorität. Was auch die Studie von Weischenberg et al. (vgl. 2006: 69 ff) bestätigt, ist dass auch linke Journalist*innen, die Objektivität ablehnen und subjektive Präferenzen in ihre Berichterstattung einfließen lassen, trotzdem an journalistischen Qualitätsmerkmalen festhalten.

Geht man nach der Definition von Karl Popper (1965: 7) der Aktivismus als eine Neigung zur Aktivität und die Abneigung gegen jede Haltung des passiven Hinnehmens interpretiert, ist eine Übereinstimmung mit dem Handeln der feministischen Journalistinnen deutlich zu erkennen. Viele von ihnen geben auch an in ihrem Journalismus eine Kombination von Aktivismus und Journalismus zu betreiben. Andere sehen Feminismus per se nicht als Aktivismus an, das mag aber auch daran liegen, dass sie den Feminismus derart internalisiert haben, dass es für sie selbstverständlich ist feministisch zu handeln. Eine Journalistin, die sich auch als Feministin sieht, trennt klar zwischen ihrer beruflichen Position und ihrer privaten Meinung. Aber auch sie gibt an, dass der Feminismus ihre Arbeit beeinflusst. Sie findet allerdings, dass der Feminismus sie noch kritischer und zu einer noch besseren Journalistin macht. Die meisten der befragten Journalistinnen sind der Ansicht, dass eine strikte Trennung zwischen Aktivismus und Journalismus nicht möglich ist. Sie sind der Meinung, dass jede*r Journalist*in eine Agenda hat beziehungsweise zumindest ein Wertesystem, das nicht einfach ausgeschaltet werden kann. Somit könnte man Journalist*innen immer aktivistisches Handeln unterstellen. Auch hier betonen die Journalistinnen, dass es an sich kein Problem ist Aktivismus und Journalismus zu verbinden, aber gewisse Regeln eingehalten würden müssen. Allen voran Transparenz. Eine geheime Agenda zu verfolgen, ohne den persönlichen Bezug zum Thema offenzulegen, ist für alle Journalistinnen inakzeptabel.

Aktivismus ist noch immer ein sehr kontroverses Thema im Journalismus und der generelle Konsens sieht eher vor dem Aktivismus kritisch gegenüber zu stehen (vgl. Werner 2017). Wobei Haltung zeigen zumindest innerhalb der journalistischen Community etwas ist, dass sogar belohnt wird. Auf Publikumsebene wird Haltung auch dann kritisiert, wenn sich an alle journalistischen Standards gehalten wird, was als eine Diffamierungstaktik gewertet werden kann, um Journalist*innen mit anderen Meinun-

gen zum Schweigen zu bringen (vgl. Reschke 2018: 62 f). Journalistinnen als Aktivistinnen zu bezeichnen, um sie zu diskreditieren, ist nur möglich, weil die Gesellschaft noch nicht bereit ist Aktivismus in den Journalismus zu integrieren. Es ist aber eine Trendwende zu erkennen, die hoffen lässt, dass der Journalismus in Zukunft offener für unkonventionelle Arbeitsweisen wird (vgl. Carpinì Delli/Williams 2001: 165). Standards, wie falsch verstandene Objektivität zu idealisieren, sind laut der interviewten Journalistinnen veraltet und müssen neu gedacht werden. Ihre Lösung ist die Integration von intersektionalem Feminismus, der eine pluralistische Gesellschaft abbildet und all ihre Mitglieder zu Wort kommen lässt. Feministischer Journalismus kann nicht objektiv sein, wenn sein Ziel ist bestehende Gesellschaftsordnungen zu verändern. Er muss Verhältnisse einordnen und bewerten. Deshalb gelten für den feministischen Journalismus andere Qualitätsstandards. (Vgl. Horak 2008: 21) Nur so halten es die befragten Journalistinnen für möglich, den Rezipient*innen aufzuzeigen, wie die Wirklichkeiten aller Menschen aussehen und nur so kann angemessen abgewogen werden, ob man an bestehenden Verhältnissen etwas ändern möchte oder nicht. Das ist der Anspruch der feministischen Journalistinnen aus meiner Studie und in dieser Verantwortung gegenüber ihrem Beruf sehen sie sich.

4.8 Limitation und Ausblick

Die Studie konnte einen sehr guten Einblick in das berufliche Selbstbild der zehn befragten feministischen Journalistinnen geben. Es konnte analysiert werden, wie sie arbeiten und inwieweit Feminismus beziehungsweise Aktivismus ihren Journalismus beeinflusst. Außerdem konnte nachvollziehbar dargestellt werden, welche Motivation hinter dem Einfluss von Feminismus in den Journalismus stecken. Meine Studie kann allerdings nur Aussagen über die zehn befragten Journalistinnen machen. Nachdem ich zehn Journalistinnen befragt hatte, entschied ich mich die Interviews zu beenden, weil sich die Antworten stark wiederholten und die theoretische Sättigung erreicht war. Es wäre natürlich trotzdem möglich gewesen, noch mehr Journalistinnen zu befragen, um möglicherweise einen noch besseren Eindruck über die Gruppe zu bekommen beziehungsweise um zumindest über eine größere Gruppe Aussagen treffen zu können. Die Limitationen des Samplings habe ich bereits ausführlich beschrieben, aber ich möchte auch hier noch einmal darauf hinweisen, dass die Diversität der interviewten

Journalistinnen größer hätte sein können. Interessant wäre es auch gewesen männliche Journalisten, die sich auch als Feministen bezeichnen zu interviewen und mit den Aussagen der weiblichen Journalistinnen zu vergleichen, um eventuelle Geschlechterunterschiede feststellen zu können. Oder eine noch größere Studie mit Journalist*innen durchzuführen, die sich nicht als Feminist*innen positionieren und ihnen ähnliche Fragen des Interviewleitfadens zu stellen.

Auch wenn es von Beginn an nicht der Anspruch meiner qualitativen Forschung war, verallgemeinernde Aussagen über feministische Journalistinnen treffen zu können, wäre es dennoch interessant eine weitaus größere Stichprobe zu diesem Thema zu befragen. Die Ergebnisse und Hypothesen meiner Forschung könnten der Ausgangspunkt einer quantitativen Forschung sein, in der feministischen Journalistinnen beispielsweise per Fragebogen zu ihrem Selbstbild und Feminismus beziehungsweise Aktivismus im Journalismus befragt werden.

5. Literaturverzeichnis

Abels, Heinz (2010): Interaktion, Identität, Präsentation. Kleine Einführung in interpretative Theorien der Soziologie. 5. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

APA (2018): Journalistische Organisationen warnen: Persönliche Angriffe auf Journalisten gefährden die Pressefreiheit. In: APA OTS. Online unter: https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20180215_OTS0126/journalistische-organisationen-warnen-persoенliche-angriffe-auf-journalisten-gefaehrden-die-pressefreiheit.

Baringhorst, Sigrid (2009): Politischer Protest im Netz – Möglichkeiten und Grenzen der Mobilisierung transnationaler Öffentlichkeit im Zeichen digitaler Kommunikation. In: Politik in der Demokratie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 609–634.

Baugut, Philip/Scherr, Sebastian (2014): Der Einfluss politischer Einstellungen auf Rollenverständnis und Arbeitszufriedenheit von Journalisten. In: Studies in Communication and Media 2(4), S. 437–468.

Beauvoir, Simone de (1992): Das andere Geschlecht. Sitte und Sexus der Frau. 21. Auflage März 2020. Hamburg: Reinbeck.

Beckett, Charlie/Deuze, Mark (2016): On the Role of Emotion in the Future of Journalism. In: Social Media + Society 2.

Bendl, Regine et al. (2007): Geschlechtertheoretische Perspektiven und Genderstreaming. Online unter: http://www.qe-gm.at/produkte/downloads/Band%202/Bendl-Leitner-Rosenbichler-Walenta_Geschlechtertheoretische-Perspektiven.pdf.

Bennett, W. Lance (2003): Communicating Global Activism. In: Information, Communication & Society 6(2), S. 143–168.

Berger, Peter L./Luckmann, Thomas (1977): Die gesellschaftliche Produktion der

Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. 5. Auflage. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.

Blöbaum, Bernd/Nölleke, Daniel/Scheu, Andreas M. (2016): Das Experteninterview in der Kommunikationswissenschaft. In: Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer Fachmedien. S. 175–190.

Blumer, Herbert (1969): Der methodologische Standort des Symbolischen Interaktionismus. In: Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen. Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt. S. 80-101.

Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven. 3. überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Bourdieu, Pierre (1998): Die männliche Herrschaft. Editions du Seuil.

Boykoff, Maxwell T./Boykoff, Jules M. (2004): Balance as bias: global warming and the US prestige press. In: Global Environmental Change 14(2), S. 125–136.

Burkart, Roland (2019): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 5. Auflage. Wien, Köln, weimar: Böhlau Verlag.

Butler, Judith (1991): Das Unbehagen der Geschlechter. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Carpini Delli, Michael X./Williams, Bruce A. (2001): Let Us Infotain You: Politics in the New Media Age. In: Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy, S. 160–181.

Carr, David (2013): Journalism, Even When It's Tilted. In: The New York Times.

Charmaz, Kathy (2014): Constructing Grounded Theory: A Practical Guide through Qualitative Analysis. London: Sage.

Connell, Ian (1998): Mistaken Identities: Tabloid and Broadsheet News Discourse. In: Javnost - The Public 5(3), S. 11–31.

Connell, Raewyn (2015): Der gemachte Mann. Konstruktion und Krise von Männlichkeit. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.

Crenshaw, Kimberle (1989): Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. In: University of Chicago Legal Forum 1989(1), S. 139–167.

Cyba, Eva (2010): Patriarchat: Wandel und Aktualität. In: Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 17–22.

Del Boca, Frances K./Ashmore, Richard D. (1980): Sex stereotypes and implicit personality theory. II. A trait-inference approach to the assessment of sex stereotypes. In: Sex Roles 6(4), S. 519–535.

Donges, Patrick/Leonarz, Martina/Meier, Werner (2010): Feministische Medienforschung. In: Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern: Haupt.

Donk, Wim van de et al. (2004): Introduction: Social Movements and ICTs. In: Cyberprotest : new media, citizens and social movements. New York: Routledge. S. 1–26.

Donsbach, Wolfgang/Klett, Bettina (1993): Subjective objectivity. How journalists in four countries define a key term of their profession. In: Gazette (Leiden, Netherlands) 51(1), S. 53–83.

Dorer, Johanna (2002): Berufliche Situation österreichischer Journalistinnen. Eine Bestandsaufnahme empirischer Befunde. In: Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte (Hg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaften. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. 1. Auflage. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Eckes, Thomas (2010): Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In: Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 178–189.

Ehrenkodex für die österreichische Presse (2019): Der Presserat. Grundsätze für die publizistische Arbeit. Online unter: https://www.presserat.at/show_content.php?sid=3&reload=1.

Engelmann, Ines (2016): Gatekeeping. Baden-Baden: Nomos.

Fischer, Beatrice (2011): Sprache. Macht. Geschlecht. In: Migrazine. Online Magazin von Migrantinnen für alle. 2.

Fischer, Joachim (2015): Der Emotional turn in den Kultur- und Sozialwissenschaften aus der Perspektive Max Schelers. In: Thaumazéin. Revista di filosofia 3.

Fox, Julia R./Park, Byungho (2006): The „I“ of Embedded Reporting: An Analysis of CNN Coverage of the „Shock and Awe“ Campaign. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media 50(1), S. 36–51.

Geiger, Brigitte (1996): Feministische Presse zwischen Autonomie, Markt und Förderung. In: Mast, Claudia (Hg.): Markt - Macht - Medien. Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen. 1. Auflage. Konstanz: UVK Medien.

Gildemeister, Regine (2008): Soziale Konstruktion von Geschlecht: „Doing gender“. In: Wilz, Sylvia Marlene (Hg.): Geschlechterdifferenzen — Geschlechterdifferenzierungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 167–198.

Gillmor, Dan (2004): We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People. Newton: O'Reilly Media, Inc.

Global Media Monitor Project (2015): Who makes the news? Online unter:

<http://whomakesthenews.org/gmmp>.

Glück, Antje (2016): What Makes a Good Journalist?: Empathy as a central resource in journalistic work practice. In: Journalism Studies: The Future of Journalism: Risks, threats and opportunities. Guest edited by Stuart Allan, Lena Dincik and Iñaki Garcia-Blanco 17, S. 903.

Grubisich, Tom (2005): Grassroots journalism: Actual content vs. shining ideal. In: USC Annenberg. Online Journalism Online Review. Online unter: http://www.ojr.org/p051006/?__cf_chl_jschl_tk__=b3d9aeb4c57675cad16b979bce367fde347f069c-1598179707-0-AUguf11DbJVh02cl7az3bXzWw9-a5sN5u-IEc3W0hYiXz5uiO-GQ4doS7lQLg5N6y7W9-xfbqeQGG6_2zE2JbR2GA9ida2vzPSt-JGOg73Z43sgXB3lYvnQv6qmEp_OnHnHAQXv1brmXy3cCHjjqVcy5Ex2ToP0bzcjs-sFeSsxINF-l-leIP-RotpLInbuU85OPD28VILfJNTc7Mq9bz6arORE6Y9bEmbXrdd-i8Vq9-OclILVyy9vumE4X-PQb3ab4nqU9UN6P-vILT5Epa8FGugmiXpPefQ-8e8E1LOrcr6.

Gümüşay, Kübra (2014): Die Gegenöffentlichkeit im Netz: Ein neuer Feminismus. In: Yvonne Franke et al. (Hg.): Feminismen heute. Bielefeld: transcript.

Haagerup, Ulrik (2015): Constructive News. Warum „bad news“ die Medien zerstören und wie Journalisten mit einem völlig neuen Ansatz wieder Menschen berühren. Salzburg: Oberauer.

Hedman, Ulrika/Djerf-Pierre, Monika (2013): The social journalist. Embracing the social media life or creating a new digital divide? In: Digital Journalism 1(3), S. 368–385.

Horak, Gabi (2008): Feministische Zeitschriften in Österreich. Feministischer Journalismus arbeitet nach anderen Qualitätskriterien. In: Susemichel, Lea/Rudiger, Saskya/Horak, Gabi (Hg.): Feministische Medien. Öffentlichkeit jenseits des Mainstreams. Frankfurt am Main: Ulrike Helmer Verlag.

Indymedia (2019): Indymedia. In: Indymedia. Global Independent Media Centre Network. Online unter: <https://indymedia.org>.

Jarren, Ottfried/Donges, Patrick (2011): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kämpf, Katrin (2014): Safe Spaces, Self-Care and Empowerment - Netzfeminismus im Sicherheitsdispositiv. In: Femina Politica - Zeitschrift für feministische PolitikwissenschaftSSOAR 23(2), S. 71–83.

Kaplan, Richard L. (2006): The News About New Institutionalism: Journalism's Ethic of Objectivity and Its Political Origins. In: Political Communication 23(2), S. 173–185.

Karlsson, Michael (2011): The immediacy of online news, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority. In: Journalism 12(3), S. 279–295.

Kepplinger, Hans Mathias (2004): Problemdimensionen des Journalismus. Wechselwirkung von Theorie und Empirie. In: Löffelholz, Martin (Hg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. 2. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kepplinger, Hans Mathias (2011): Journalismus als Beruf. Theorie und Praxis öffentlicher Kommunikation. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

King, Deborah K. (1988): Multiple Jeopardy, Multiple Consciousness: The Context of a Black Feminist Ideology. In: The University of Chicago Press 14(1), S. 42–72.

Klaus, Elisabeth (1998): Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Klaus, Elisabeth/Drüecke, Ricarda (2004): Öffentlichkeit und Privatheit: Frauenöffent-

lichkeiten und feministische Öffentlichkeiten. In: Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 209–216.

Koszyk, Kurt/Pruys, Karl Hugo (1970): Wörterbuch zur Publizistik. De Gruyter Saur.

Krotz, Friedrich (2008): Handlungstheorien und Symbolischer Interaktionismus als Grundlage kommunikationswissenschaftlicher Forschung. In: Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Krüger, Uwe (2019): Konstruktiver Journalismus. In: Journalistikon. Das Wörterbuch der Journalistik. Online unter: <http://journalistikon.de/konstruktiver-journalismus/>.

Kuckartz, Udo (2018): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. 4. Auflage. Weinheim Basel: Beltz Juventa.

Lasica, J.D. (2003): What is Participatory Journalism? In: USC Annenberg. Online Journalism Online Review. Online unter: http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php?__cf_chl_jschl_tk__=9d1a4b0c9ba24e7d6f615ded209164dde3027286-1598169766-0-AX6KH8n1b3wMoTUJ_colB_KXbG2c0i30kQzNcqJg39slhvx3IT4w2VI3zHICpwm5zmndm548RcVtWmDqJ38QXEnREEbfwaz4BRT9IYCWzIFp2szemuerOlpFtQ67iEqvmNdjjfbls9VTRPxx-w3i4McVwHU3RJxN4TAY8J7VnLfPhpu-zIEGxfIEMYULxB8yMP24D6iqfYgp4hC3_wyoWbNarlaTfQXVnVd9DH6-tknRxyA-prW63ZFJszPK4ddjnVZm6P5bUI1frRvA3Y_jr4ro9_5wa9Pas_nJPXU9HN0_S3ncHUIvsbEDkQJmSolgsg.

Lippmann, Walter (1920): Liberty and the News. New York: Harcourt, Brace & World.

Lipsky, Michael (1965): Protest and City Politics. Rent Strikes, Housing, and the Power of the Poor. Chicago: Rand McNally.

Loyn, David (2003): Witnessing the truth. In: Open Democracy. Online unter: https://www.opendemocracy.net/en/article_993jsp/.

März, Annegret (2010): Einbinden/Identität stiften: Virtualisierte kollektive Identität und Gemeinschaft. In: Unternehmenskritische Kampagnen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 179–263.

Maurer, Marcus (2017): Agenda Setting. 2. Auflage. Baden-Baden: Nomos. (= Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft).

McCombs, Maxwell E./Shaw, Donald L. (1972): The Agenda-Setting Function of Mass Media. In: The Public Opinion Quarterly 36(2), S. 176–187.

McKimmie, Blake M. et al. (2003): I'm a Hypocrite, but So Is Everyone Else: Group Support and the Reduction of Cognitive Dissonance. In: Educational Publishing Foundation 7(3), S. 214–224.

Meier, Klaus (2018): Journalistik. 4. Auflage. Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Mothes, Cornelia (2014): Objektivität als professionelles Abgrenzungskriterium im Journalismus: Eine dissonanztheoretische Studie zum Informationsverhalten von Journalisten und Nicht-Journalisten. 1. Aufl. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

Neshitov, Tim (2017): Wie viel Aktivismus verträgt der Journalismus? In: Süddeutsche Zeitung.

Newman, Nic (2020): Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2020. In: Digital News Publications. Online unter: <http://www.digitalnewsreport.org/publications/2020/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2020/#1-3-platforms-and-the-relationship-with-journalism>.

Österreichischer Presserat (2019): Österreichischer Presserat. In: Grundsätze für die

publizistische Arbeit. Online unter: https://www.presserat.at/show_content.php?sid=3.

Peters, Chris (2011): Emotion aside or emotional side? Crafting an 'experience of involvement' in the news. In: Journalism 12, S. 297–316.

Popper, Karl R. (1965): Das Ende des Historizismus. Tübingen: J.C.B. Mohr.

Pörksen, Bernhard (2014): Konstruktivismus. Medienethische Konsequenzen einer Theorie-Perspektive. Wiesbaden: Springer VS.

Pöttker, Horst [VerfasserIn] (2000): Kompensation von Komplexität. Journalismustheorie als Begründung journalistischer Qualitätsmaßstäbe. In: Löffelholz, Martin (Hg.): Theorien des Journalismus. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 375–390.

Prenner, Andrea (1992): Die Konstruktion von Männerrealität in den Nachrichtenmedien. Eine theoretisch-empirische Studie anhand eines Beispiels. Wien: Universität Wien.

Przyborski, Aglaja/Wohlrab-Sahr, Monika (2014): Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch. München: Oldenbourg Verlag München.

Räthzel, Nora (2004): Rassismustheorien: Geschlechterverhältnisse und Feminismus. In: Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 276–284.

Raynova, Yvanka B. (1999): Das andere Geschlecht im postmodernen Kontext. In: L'Homme, S. 80–90.

Reschke, Anja (2018): Haltung zeigen! Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Röser, Jutta/Wischermann, Ulla (2008): Medien- und Kommunikationsforschung: Geschlechterkritische Studien zu Medien, Rezeption und Publikum. Theorie, Methoden,

Empirie. In: Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. 2. und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 730–735.

Rusch, Roman (2017): Erfolgreich mit Konstruktivem Journalismus?! Ergebnisse einer Zuschauerbefragung im öffentlich-rechtlichen Magazinjournalismus. In: ComSoc Communicatio Socialis 50, S. 509–520.

Rußmann, Uta (2007): Agenda Setting und Internet: Themensetzung im Spannungsfeld von Onlinemedien und sozialen Netzwerken. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

Sarwat, Nadja (2019): Medien Frauen Macht. Erfolgreiche Frauen in der Medienwelt. Wien: Böhlau Verlag GmbH & Co. KG.

Saxer, Ulrich (1992): Thesen zur Kritik des Konstruktivismus. In: communicatio socialis 25(2), S. 178–183.

Saxer, Ulrich (2012): Die Objektivität publizistischer Information. In: Wagner, Hans (Hg.): Objektivität im Journalismus: Mit Beiträgen von Ulrich Saxer, Philomen Schönhagen und Detlef Schröter. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. S. 11–62.

Schudson, Michael (1978): Discovering the news. A Social History of American Newspapers. New York: Basic Books, Inc.

Schudson, Michael (2001): The objectivity norm in American journalism. In: Journalism 2(2), S. 149–170.

Senge, Konstanze (2013): Die Wiederentdeckung der Gefühle. Zur Einleitung. In: Schützeichel, Rainer/Senge, Konstanze (Hg.): Hauptwerke der Emotionssoziologie. Wiesbaden: Springer VS. S. 11–32.

Singer, Jane B. et al. (2011): Participatory Journalism. Guarding Open Gates at Online Newspapers. West-Sussex: Wiley-Blackwell.

Skovsgaard, Morten et al. (2013): A reality check: How journalists' role perceptions impact their implementation of the objectivity norm. In: Sage 14(1), S. 22–42.

Tandoc, Edson C./Hellmueller, Lea/Vos, Tim P. (2013): MIND THE GAP. In: Journalism Practice 7(5), S. 539–554.

Thomas, William Isaac (1965): Person und Sozialverhalten. Neuwied am Rhein: Luchterhand.

Trömel-Pöltz, Senta (2004): Sprache: Von Frauensprache zu frauengerechter Sprache. In: Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 748–751.

Tuchman, Gaye (1972): Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of News-men's Notions of Objectivity. In: American Journal of Sociology - AMER J SOCIOL 77.

Wahl-Jorgensen, Karin (2012): The strategic ritual of emotionality: A case study of Pulitzer Prize-winning articles. In: Journalism 14(1), S. 129–145.

Walby, Silvia (1990): Theorizing Patriarchy. Oxford: Blackwell.

Weber, Stefan (2000): Was steuert Journalismus? Ein System zwischen Selbstreferenz und Fremdsteuerung. Konstanz: UVK Medien.

Weichert, Stephan (2011): Der neue Journalismus. In: Publizistik 56, S. 363–371.

Weischenberg, Siegfried (2004): Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 1: mediensysteme - Medienethik - Medieninstitutionen. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006a): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006b): Journalismus in Deutschland 2005. Zentrale Befunde der aktuellen Repräsentativbefragung deutscher Journalisten. In: Media Perspektiven, S. 346–361.

Werner, Eva (2017): Haltung und Aktivismus. Unbedingt! In: Deutscher Journalisten-Verband. Gewerkschaft der Journalisten und Journalistinnen. Online unter: <https://www.djv.de/startseite/service/blogs-und-intranet/djv-blog/detail/news-unbedingt>.

Yuval-Davis, Nira (2006): Intersectionality and Feminist Politics. In: European Journal of Women's Studies 13(3), S. 193–209.

6. Anhang

6.1 Abstract (deutsch)

Das Ziel dieser Arbeit war es, das Selbstbild von feministischen Journalistinnen zu untersuchen. Mit Hilfe von leitfadengestützten Interviews wurden zehn Journalistinnen interviewt und dazu befragt, inwieweit der Feminismus Auswirkungen auf ihre journalistische Arbeit hat. Die qualitative Inhaltsanalyse ergab, dass die feministischen Journalistinnen Feminismus vor allem in Bezug auf Themenwahl, Wahl der Expert*innen und Sprache in ihre Arbeit einfließen lassen. Sie möchten mit ihrer Arbeit Ungerechtigkeiten aufzeigen und eine diverse Gesellschaft abbilden, um so einen Einfluss auf die Wahrnehmung der Rezipient*innen zu nehmen. Dabei gaben viele an ihre Arbeit als eine Kombination aus Aktivismus und Journalismus zu verstehen. Unter Einhaltung der journalistischen Sorgfaltspflicht halten sie diese Kombination für unproblematisch.

6.2 Abstract (english)

The aim of this paper was to examine the self-image of feminist journalists. With the help of guided interviews, ten journalists were interviewed and asked to what extent feminism had an impact on their journalistic work. The qualitative content analysis showed that the feminist journalists incorporate feminism into their work, especially with regard to the choice of topics, choice of experts and language. Their aim is to show injustices and depict a diverse society in order to change Their recipients' perception. Many stated to see their work as a combination of activism and journalism. They consider this combination unproblematic as long as it is in compliance with journalistic due diligence.

6.3 Interviewleitfaden

1. Warum bist du Feministin?
2. Bist du politisch aktiv? Und wenn ja, inwieweit?
3. Warum bist du Journalistin geworden?
4. Was ist deine Aufgabe als Journalistin?
5. Denkst du es gibt Journalist*innen, die ihre Aufgabe woanders sehen?
6. Wo denkst du sehen Rezipient*innen die Aufgabe von Journalist*innen?
7. Hat das Auswirkungen darauf wie du arbeitest? Also das Fremdbild der Rezipient*innen?
8. Hat man als Journalist*in Macht?
9. Wo suchst du und wie findest du deine Themen, über die du berichtest?
10. Kannst du schreiben worüber du willst?
11. Was ist deine Meinung zu Objektivität im Journalismus?
12. Ist es deiner Meinung nach in Ordnung als Journalistin über ein Thema zu schreiben, das einen selbst betrifft? (Evtl. nachfragen warum?)
13. Was ist deine Meinung zu Emotionalität im Journalismus? (Evtl. nachfragen warum?)
14. Was ist für dich Qualitätsjournalismus? Also wodurch grenzt er sich von anderem Journalismus ab?
15. Inwiefern hat die Tatsache, dass du Feministin bist Auswirkungen auf deine journalistische Tätigkeit?
16. Also ist das was du machst feministischer Journalismus? / Was ist für dich feministischer Journalismus?
17. Was erhoffst du dir von deinen veröffentlichten Artikeln? / Was möchten Sie mit Ihrem Journalismus erreichen?
18. Möchtest du mit deinen Texten Meinungen beeinflussen?
19. Würdest du das was du tust als eine Kombination von Aktivismus und Journalismus beschreiben?
20. Dürfen Aktivismus und Journalismus verbunden werden? (Wenn ja, warum? Wenn nein, warum nicht?)
21. Gibt es auch Bereiche im Journalismus wo Aktivismus keinen Sinn macht? Hast du dafür konkrete Beispiele?
22. Findest du es gibt eine Grenze bei der Symbiose aus Aktivismus und Journalismus, die nicht überschritten werden darf?

23. Gibt es deiner Meinung nach konkrete Regeln im Zusammenhang mit Aktivismus im Journalismus, die eingehalten werden müssen?

6.4 Ausformulierung des Kategorienschemas

Hauptkategorie:

Journalistisches Selbstbild: In diese Kategorien werden alle Aussagen zusammengetragen, in der die befragten Journalistinnen sich zu ihrem Selbstbild oder Rollenverständnis äußern.

Subkategorien:

Anregung des Publikums: Die Journalistinnen wollen das Publikum zum Nachdenken anregen. Sie wollen unter Umständen auch Meinung beeinflussen aber vor allem den Rezipient*innen etwas Neues präsentieren, worüber sie zuvor vielleicht noch nicht nachgedacht haben.

Ungerechtigkeit aufzeigen: Die Journalistinnen wollen ein Sprachrohr für marginalisierte Gruppen sein. Sie wollen Ungerechtigkeiten, die in den Gesellschaftsverhältnissen herrschen, aufzeigen und anprangern.

Einhaltung journalistischer Sorgfaltspflicht: Die Journalistinnen machen deutlich, dass ihnen das Einhalten, der journalistischen Sorgfaltspflicht wichtig ist.

Einfluss eigener Erfahrungen: Das eigene Umfeld, die eigenen Erfahrungen und Meinungen sind prägend für die journalistische Arbeit der Journalistinnen. Sie lassen es bewusst in die Wahl der Themen einfließen.

Einfluss von Emotionalität: Emotionalität wird als Stilmittel verwendet und ist wichtig, allerdings muss auch eine gewisse Distanz gewahrt werden.

Kritik an Objektivitätsnorm: Objektivität wird kritisch gesehen. Sie kann nicht erreicht werden beziehungsweise nur bedingt. Objektivität muss neu gedacht werden

Hauptkategorie:

Persönlicher Bezug zu Feminismus/Aktivismus: Hier werden alle Aussagen der befragten Journalistinnen gegliedert, in denen sie Aussagen darüber machen, wie ihr persönlich einen Bezug zu Feminismus beziehungsweise Aktivismus aussieht

Subkategorien:

Ungerechtigkeit bekämpfen: Der Grund warum sie Feministinnen sind liegt darin begründet, dass sie Ungerechtigkeiten in der Gesellschaft erkannt haben und diese aktiv bekämpfen wollen. Der Feminismus ist für sie der richtige Weg, um mehr Gerechtigkeit zu erreichen.

Meinung teilen: Öffentlich machen sie diese Ansichten in dem sie auf verschiedenste Weisen ihre Meinung dazu teilen z.B. über Social Media

Einfluss von Feminismus in den Journalismus: Die feministische Überzeugung spiegelt sich in ihrem Beruf wider. Sie lassen den Feminismus auf verschiedenste Weisen in den Journalismus einfließen.

Mitgliedschaft in Organisation: Die Journalistinnen sind privat Mitglieder in feministischen Organisationen.

Hauptkategorie:

Art des Einflusses von Feminismus in den Journalismus: In dieser Hauptkategorie wird zusammengetragen, inwieweit sich der Feminismus auf den Journalismus der Journalistinnen auswirkt.

Subkategorien:

Themenauswahl: Der Feminismus beeinflusst die Themenwahl der Journalistinnen. Sie suchen gezielt Themen aus, die feministische Relevanz haben.

Frauenblickwinkel: Die Journalistinnen legen Wert darauf, dass die verschiedensten Themen aus dem Blickwinkel von Frauen betrachtet werden.

Repräsentation: Die Journalistinnen achten darauf, dass sie eine diverse Berichterstattung machen, die auch marginalisierte Gruppen medial repräsentiert.

Sprache: Es wird darauf geachtet, dass die Sprache inklusiv und nicht diskriminierend ist.

Hauptkategorie:

Motivation für den Einfluss von Feminismus in den Journalismus: Hier werden alle Aussagen gesammelt, die Aufschluss darüber geben, warum die Journalistinnen Feminismus in ihren Journalismus integrieren.

Subkategorien:

Ungerechtigkeit bekämpfen: Der Grund für den Einfluss von Feminismus in den Journalismus ist es Ungerechtigkeiten in unserer Gesellschaft zu bekämpfen.

Denkanstöße liefern: Die Journalistinnen möchten mit ihrem Journalismus die Rezipient*innen zum Nachdenken über bestimmte Themen bringen.

Empowerment/ Solidarität: Sie möchten mit ihrem Journalismus andere ermutigen und Solidarität zeigen.

Hauptkategorie:

Aktivismus im Journalismus: Hier werden alle Argumente und Meinungen geführt, die die Journalistinnen in Bezug auf Aktivismus im Journalismus geäußert haben.

Subkategorien:

Pro Aktivismus im Journalismus: Aktivismus im Journalismus wird befürwortet. Es gibt allerdings Regeln, die befolgt werden müssen.

Contra Aktivismus im Journalismus: Aktivismus im Journalismus wird kritisch gesehen und eher abgelehnt.