

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Von der Katastrophe zur Sensation“

Inhaltsanalytische Untersuchung der Berichterstattung über die Waldbrände
in Griechenland 2007 in „Kronen Zeitung“ und „Der Standard“

Verfasserin

Martina Elisabeth Koth

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, im Juli 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 301/295

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin: Dr. Michaela Griesbeck

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit bestätige ich, die vorliegende Arbeit eigenständig verfasst zu haben und entsprechend der Richtlinien redlichen wissenschaftlichen Arbeitens der Universität Wien (veröffentlicht im Mitteilungsblatt vom 31.1.2006) sorgfältig überprüft zu haben. Diese Arbeit wurde nicht bereits in anderen Lehrveranstaltungen von mir oder anderen zur Erlangung eines Leistungsnachweises vorgelegt.

Datum

Unterschrift

Mein Dank gilt...

... meinen Eltern, für die Möglichkeit zu studieren, für die finanzielle Unterstützung und für all die anderen Dinge, die sie mir während des Studiums ermöglicht haben.

... meinem Bruder, der immer an mich geglaubt hat.

... Judith und Amila, die immer für mich da waren und stets ein offenes Ohr hatten, für ihre Unterstützung und unermüdlichen Motivationsversuche in dieser oftmals schwierigen Zeit.

... vor allem aber Dr. Michaela Griesbeck, die sich in letzter Sekunde bereit erklärt hat, meine Diplomarbeit zu Ende zu betreuen.

Inhaltsverzeichnis

1. VORWORT	10
2. KATASTROPHEN	12
2.1. GESCHICHTE DES KATASTROPHENVERSTÄNDNISSES	12
2.2. DEFINITION DES KATASTROPHENBEGRIFFS	12
2.3. EINTEILUNG VON KATASTROPHEN	14
2.4. NATURKATASTROPHEN	15
2.5. WALDBRÄNDE	18
3. KATASTROPHENBERICHTERSTATTUNG	20
3.1. ZUR FORSCHUNGSLAGE DER KATASTROPHENBERICHTERSTATTUNG	20
3.2. ALLGEMEINE PRINZIPIEN DER KRISENBERICHTERSTATTUNG	21
3.2.1. BEOBACHTERABHÄNGIGKEIT	21
3.2.2. SELBSTBEZÜGLICHKEIT	22
3.2.3. SELBSTORGANISATION	22
3.2.4. NICHT-LINEARITÄT	23
3.2.5. VIABILITÄT	24
3.2.6. WIRKLICHKEITSFAKTOREN	24
3.3. MEDIEN UND KATASTROPHEN: 5 THESEN VON ROLF LINDNER	25
3.4. AUFGABEN UND FUNKTIONEN VON KATASTROPHENJOURNALISMUS	28
3.5. MORAL UND ETHIK IM KATASTROPHENJOURNALISMUS	28
3.5.1. MORAL	28
3.5.2. ETHIK	29
3.6. RECHTLICHE GRUNDLAGEN	30
3.7. MEDIENETHIK	31
3.8. ETHIK IN KATASTROPHENFÄLLEN	36
3.9. KRITISCHE REFLEXIONEN ZUR KATASTROPHENBERICHTERSTATTUNG	38
4. NACHRICHTENFORSCHUNG	40
4.1. ANSÄTZE DER NACHRICHTENFORSCHUNG	41
4.1.1. GATEKEEPER-FORSCHUNG	41
4.1.2. NEWS BIAS-FORSCHUNG	43
4.1.3. NACHRICHTENWERT-FORSCHUNG	43
4.1.4. ANFÄNGE DER NACHRICHTENWERTTHEORIE NACH ÖSTGAARD	44
4.1.4.1. Vereinfachung	44
4.1.4.2. Identifikation	45
4.1.4.3. Sensationalismus	45
4.1.5. NACHRICHTENFAKTOREN NACH GALTUNG UND RUGE	46
4.1.5.1. Frequenz	47
4.1.5.2. Schwellenfaktor	47
4.1.5.3. Eindeutigkeit	47
4.1.5.4. Bedeutsamkeit	47
4.1.5.5. Konsonanz	48
4.1.5.6. Überraschung	48
4.1.5.7. Kontinuität	48

4.1.5.8.	Variation	48
4.1.5.9.	Bezug auf Elite-Nationen	48
4.1.5.10.	Bezug auf Elite-Personen	48
4.1.5.11.	Personalisierung	49
4.1.5.12.	Negativismus	49
4.1.6.	NACHRICHTENFAKTOREN NACH SCHULZ	50
4.1.6.1.	Zeit	50
4.1.6.2.	Nähe	50
4.1.6.3.	Status	51
4.1.6.4.	Dynamik	51
4.1.6.5.	Valenz	51
4.1.6.6.	Identifikation	51
4.2.	NIKLAS LUHMANN – DIE REALITÄT DER MASSEN MEDIEN	52
5.	<u>SENSATIONSJOURNALISMUS</u>	58
5.1.	BEGRIFFSDEFINITIONEN	58
5.1.1.	SENSATION	58
5.1.2.	PSEUDO-SENSATION	60
5.2.	SENSATION ALS NACHRICHT	61
5.2.1.	MERKMALE DER NACHRICHT	62
5.2.2.	MERKMALE DER SENSATION	62
5.2.2.1.	Ü4 Merkmale der Sensation nach Schneider	62
5.3.	5 INDIKATOREN DER SENSATIONALISIERUNG	64
5.4.	GESCHICHTE DES SENSATIONSJOURNALISMUS	67
5.4.1.	„NEWE ZEYTUNGEN“ ALS VORLÄUFER DER SENSATIONSPRESSE	67
5.4.2.	PERIODISCHE ZEITUNGEN	67
5.4.3.	INTELLIGENZBLÄTTER UND ZEITSCHRIFTEN	68
5.4.4.	MASSEN MEDIEN	69
5.5.	FUNKTIONEN DES SENSATIONSJOURNALISMUS	70
5.5.1.	FUNKTIONEN DER MASSEN MEDIEN	70
5.5.2.	FUNKTIONEN DES SENSATIONSJOURNALISMUS	72
5.5.2.1.	Soziale Funktion	73
5.5.2.2.	Politische Funktion	74
5.5.2.3.	Ökonomische Funktion	74
6.	<u>EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG</u>	76
6.1.	UNTERSUCHUNGSDESIGN	76
6.1.1.	METHODE	76
6.1.2.	UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND	77
6.1.2.1.	Kronen Zeitung	77
6.1.2.2.	Der Standard	78
6.1.2.3.	Reichweite	78
6.1.3.	EXKURS: QUALITÄT VS. BOULEVARD	78
6.1.3.1.	Boulevardzeitungen	80
6.1.3.2.	Qualitätszeitungen	80
6.1.4.	UNTERSUCHUNGSZEITRAUM	81
6.1.5.	UNTERSUCHUNGSEINHEIT	81
6.1.6.	KATEGORIENSHEMA	82
6.1.6.1.	Anzahl der Beiträge nach Medium	83
6.1.6.2.	Datum	83
6.1.6.3.	Länge der Beiträge	83

6.1.6.4.	Platzierung der Beiträge	84
6.1.6.5.	Darstellungsform	84
6.1.6.6.	Bilder	85
6.1.6.7.	Interviewpartner/Quellen	85
6.1.6.8.	Inhalt	86
6.1.6.9.	Ton der Berichterstattung	87
6.1.6.10.	Schlagzeile	88
6.1.6.11.	Einschätzung der Brände und ihrer Folgen	88
6.1.6.12.	Personalisierung	89
6.1.6.13.	Valenz	89
6.1.6.14.	Bewertung des Analysematerials	90
6.1.6.15.	Sensationalisierung der Beiträge	90
7.	<u>AUSWERTUNG UND INTERPRETATION DER ERGEBNISSE</u>	91
7.1.	DARSTELLUNG DER ERGEBNISSE	91
8.	<u>BEANTWORTUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN</u>	109
9.	<u>FAZIT</u>	115
10.	<u>LITERATURVERZEICHNIS</u>	118
11.	<u>ABBILDUNGSVERZEICHNIS</u>	123
12.	<u>ANHANG</u>	124
12.1.	CODEBOGEN	124
12.2.	ABSTRACT	129
12.3.	LEBENS LAUF	130

1. Vorwort

Das Wort „Sensation“ wird in erster Linie als Aufsehen erregendes Ereignis, etwas Auffälliges, Außergewöhnliches beschrieben. Wann aber wird ein Ereignis zur Sensation? Wie viele Stationen muss ein Ereignis durchlaufen, bis es letztlich in den Medien berichtet wird? Wie groß ist der Einfluss der Journalisten, ob ein Ereignis zur Sensation gemacht wird?

Die vorliegende Arbeit basiert auf den Schwerpunkten Katastrophenjournalismus, Sensationsjournalismus und Ethik, die im Katastrophenfall eine wichtige Rolle spielt. Eine (Natur-)Katastrophe ist ein Ereignis, welches gerne von den Medien aufgegriffen wird. Aber steht hinter der Berichterstattung die Absicht, den Rezipienten über das Geschehene zu informieren, also als Medium unter Berücksichtigung der ethischen Grundsätze die Informationspflicht zu erfüllen, oder ist das Aufgreifen solcher Ereignisse mit der Sensationsorientiertheit und der damit eventuell zusammenhängenden Verletzung der ethischen Richtlinien verbunden? Welche Kriterien muss ein Ereignis überhaupt erfüllen, damit es von den Medien aufgegriffen, darüber berichtet und vielleicht sogar zur Sensation wird?

Um sich all diesen aufgeworfenen Fragen annähern zu können, möchte ich mich zu Beginn meiner Arbeit mit der Geschichte des Katastrophenverständnisses und der Katastrophenberichterstattung auseinandersetzen, um festzustellen, was unter einer Katastrophe verstanden wird und welche Aufgaben und Funktionen die Katastrophenberichterstattung zu erfüllen hat.

Die Nachrichtenforschung spielt in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle, da hier die Entscheidung fällt, ob über ein Ereignis berichtet wird oder nicht. Daher soll hier ein kurzer Überblick geschaffen werden, bevor ich anschließend zum zweiten Schwerpunkt meiner Arbeit, nämlich der Sensationsberichterstattung, komme.

Im Kapitel Sensationsjournalismus werde ich versuchen, die für diese Arbeit relevanten Begriffe zu definieren und die Merkmale der Nachricht bzw. der Sensation aufzuzeigen. Weiters möchte ich die Funktionen des Sensationsjournalismus und die Merkmale der Sensationalisierung nach Dulinski darstellen und in weiterer Folge die Berichterstattung über die „Waldbrände in Griechenland 2007“ auf dieser Basis untersuchen. Ziel ist es, erstens

festzustellen, wann und ob eine Katastrophe zur Sensation wird und zweitens, ob ein Unterschied zwischen Qualitäts- und Boulevardpresse identifizierbar ist.

Der dritte wichtige Punkt in der vorliegenden Arbeit sind die Grundsätze der Ethik, welche in der Berichterstattung in Katastrophenfällen eine wesentliche, um nicht zu sagen, die wichtigste Rolle spielt. Hierauf richtet sich auch das Hauptaugenmerk der Arbeit. Zunächst soll die Ethik im Allgemeinen behandelt werden. Danach wird die Ethik in Katastrophenfällen und deren Grundsätze und Richtlinien erklärt. Im Rahmen dieser Arbeit ist es aber nicht möglich, alle Grundsätze der Ethik zu behandeln, da in einigen Fällen die Präsenz vor Ort nicht gewährleistet werden konnte. Daher stehen nur einige ausgewählte Richtlinien im Fokus der Untersuchung.

Im empirischen Teil der Arbeit werde ich die gewählte Methode bzw. das gesamte Untersuchungsdesign kurz beschreiben und mittels eines von mir zusammengestellten Kategoriensystems die Artikel analysieren. Die Ergebnisse der Untersuchung sollen der Beantwortung der Forschungsfragen und der Verifikation bzw. Falsifikation der aufgestellten Hypothesen dienen. Dies geschieht mit einer Kombination aus quantitativer und qualitativer Inhaltsanalyse.

Das letzte Kapitel wird mit einer Zusammenfassung der wichtigsten Themen und Schwerpunkten und der Forschungsergebnisse den Abschluss bilden.

2. Katastrophen

2.1. Geschichte des Katastrophenverständnisses

Ursprünglich hat sich der Begriff „Katastrophe“ aus einem mythisch-religiösen und später naturwissenschaftlichen Verständnis entwickelt. Die heutige westliche Auffassung wird vor allem sozialwissenschaftlich interpretiert. In der religiös-mittelalterlichen Sichtweise wurde der Begriff als göttliche Zeichen für Drohung und Bestrafung verstanden. Doch mit der Aufklärung und anlässlich des Erdbebens von Lissabon 1755 begann ein Umdenken. Dieses Erdbeben ereignete sich in der reichen Handelsstadt bei der Morgenmesse zu Allerheiligen. Es richtete durch die Erschütterungen, ein dadurch entstandenes Feuer und letztlich durch eine Flutwelle große Zerstörung an. Kirchgänger waren durch die herabfallenden Trümmer mehr betroffen als jene, die der Messe fernblieben. Man konnte sich nicht erklären, warum Gott die Zerstörung so vieler Kirchen zuließ und andere nicht-religiöse Einrichtungen verschont blieben.

In der neuen Sichtweise naturwissenschaftlicher Begründungen wurde der Mensch als von kausalen Naturereignissen umgeben betrachtet, der diese als solche erkennt und dementsprechend nach freiem Willen rational reagieren kann. Die Katastrophe als Ergebnis religiösen Verhaltens wandelte sich also zu einer Folge unzureichenden menschlichen Vermögens, sich an seine Umwelt anzupassen. Der sozialwissenschaftlichen Interpretation zufolge können Katastrophen nur dann entstehen, wenn soziale Schadenspotentiale vorhanden sind, d. h. dass eine ungenügende Disposition eines sozialen Systems gegenüber Störungen gegeben ist (vgl. Altmann, 2003, S. 15).

2.2. Definition des Katastrophenbegriffs

Eine einheitliche und verbindliche Definition des Begriffs „Katastrophe“ ist nicht möglich, da es sich hier um einen weit auslegbaren Begriff handelt, der von der jeweiligen subjektiven Betrachtung abhängt. Damit ist gemeint, dass je nach Betroffenheit, Kulturverständnis, eigenen Erfahrungen und Informationsstand ein- und derselbe Vorfall von verschiedenen Menschen unterschiedlich interpretiert wird. Beim Versuch einer Begriffsdefinition bedient

sich die Katastrophenwissenschaft verschiedener Methoden. Man kann Katastrophen zeitlich und räumlich eingrenzen oder ihre Auswirkungen und den Bedarf an notwendigen Interventionen als Maßstab heranziehen (Altmann, 2003, S. 15 f).

Robert Geipel benützt zum Beispiel die räumliche Eingrenzung als Kriterium und sagt, dass Naturereignisse nur dann zu Katastrophen werden, *„wenn sie sich nicht mehr nur im quasi menschenleeren, unbewerteten Raum abspielen, sondern auf das betroffene Individuum, auf Gruppen und Gesellschaften auf meist unvorhergesehene Weise einwirken, ihre Lebensbezüge stören oder ganz unterbrechen, Schäden (...) hervorrufen und Anpassungsreaktionen erzwingen“* (Geipel, 1992, S. 1 f). Demnach würde ein starkes Erdbeben beispielsweise in einer unbewohnten Wüste keine Katastrophe darstellen, weil hier die Menschen nicht zu Schaden kommen. Im Gegensatz dazu würde ein leichtes Beben in einem dicht besiedelten Gebiet schon eine Katastrophe auslösen, da für die dort wohnenden Menschen Schäden entstehen würden.

Die beiden Soziologen Lars Clausen und Wolf Dombrowsky machen den Menschen zum alleinverantwortlichen Auslöser für Katastrophen. Geografische und natürliche Bedingungen sind für sie eine unzureichende Erklärung. Sie suchen die Ursache für Katastrophen in sozialen Gründen. Demnach löst das soziale Handeln der verschiedenen Akteure innerhalb einer Gesellschaft Prozesse aus, die unfreiwillige und katastrophale Resultate hervorrufen können. Es kommt zur Herausbildung einer „Schutzelite“, die die Bekämpfung von Risiken bei sich monopolisiert, aber auch zur Herausbildung von abhängigen „Risiko-Laien“. Die weltwirtschaftliche Arbeitsteilung macht also deutlich, dass *„Katastrophen keine Folgen der Natur, sondern des risikoumverteilenden Umgangs mit ihren Ressourcen sind“* (Dombrowsky/Clausen, 1987, S. 268). Nach Ansicht der beiden Soziologen haben die Schutzeliten ihren Schwerpunkt in den Industriegebieten festgelegt und die Risiko-Laien in den Entwicklungsländern (vgl. Dombrowsky/Clausen, 1987, S. 267 f).

Dieser Ansatz mag vielleicht etwas radikal erscheinen, doch er beschreibt den wichtigen Tatbestand, dass die Katastrophe nicht beim Ereignis entsteht, sondern sich über seine Auswirkungen auf den Menschen und die Gesellschaft definiert.

Das Ausmaß einer Katastrophe ist *„abhängig von der Verletzbarkeit und der Regenerationsfähigkeit der betroffenen Gesellschaft“* (Möller/Clausen, 1993, S. 125). Möller und Clausen meinen damit, dass ein Ereignis verschiedene Menschen innerhalb einer Gesellschaft oder auch verschiedene Gesellschaften unterschiedlich schwer treffen kann. Die meisten Opfer sind nicht dort zu finden, wo die meisten Katastrophen stattfinden, sondern dort, wo nicht genügend Mittel zur Verfügung stehen, um Vorsorge treffen zu

können. So nimmt zum Beispiel die Zahl der Opfer von Tornados oder Hurrikans in den USA ab, obwohl die Zahl der Wirbelstürme gleich bleibt (vgl. Knaup, 1996, S. 16).

Rolf Hanisch meint, als wichtiges Kriterium für die Bewertung eines Ereignisses als Katastrophe sei jener Umstand zu nennen, dass eine Gesellschaft von den Folgen derart betroffen ist, dass ihre soziale Struktur zerbricht und sie somit ihre Funktion nicht mehr erfüllen kann (vgl. Hanisch, 1996, S. 22 f). Mit dieser Definition meint er, dass eine Gesellschaft in Extremsituationen nicht zwangsläufig auf die Hilfe von außen angewiesen ist, sondern durchaus auch in der Lage ist, sich selbst zu helfen.

All diese Definitionen haben gemeinsam, dass sie in der Praxis sehr schwer anzuwenden sind. Um eben Ereignisse als Katastrophen einstufen zu können, bedient man sich meist bestimmter Messwerte wie zum Beispiel die Zahl der Todesopfer oder materielle Schäden und lässt dabei unberücksichtigt, ob und wie gut die betroffenen Gesellschaften die Situationen bewältigen können (vgl. Altmann, 2003, S. 17).

2.3. Einteilung von Katastrophen

Katastrophen werden grundsätzlich zwei Oberkategorien zugeteilt. Zum einen den *man-made disasters*, also von Menschenhand verursachte Katastrophen, und *natural disasters*, natürlichen Katastrophen (vgl. Altenriederer, 2002, S. 14). Wilhelm Stirn unterteilt in Natur- und Kulturkatastrophen (vgl. Stirn, 1996, S. 28).

Katastrophen werden aber auch häufig nach folgenden Kategorien klassifiziert:

- Naturkatastrophen: Überschwemmungen, Wirbelstürme, Dürren, Erdbeben,...
- technische (technogene) Katastrophen: technische Unfälle, wirtschafts- und handelspolitische Krisen
- gewaltinduzierte Katastrophen: bewaffnete Auseinandersetzungen, Konflikte, Kriege, Vertreibung, Unruhen, Aufstände,...

Die technogenen und gewaltinduzierten Katastrophen werden meist den *man-made disasters* zugeordnet.

Weiters können Katastrophen nach der Zeitdauer eingeteilt werden:

- Plötzlich auftretende (schockartige) Katastrophen: hierbei handelt es sich meist um ein einzelnes, großes Ereignis, das zu Bedrohungen der Bevölkerung und zu Chaos führt, wie zum Beispiel Überschwemmungen oder Erdbeben. Jedoch normalisiert sich die Situation in relativ kurzer Zeit wieder.
- Langsam entstehende (schleichende) Katastrophen: sie bestehen meist über einen längeren Zeitraum und verschlechtern sich mit fortschreitender Dauer. Hierzu zählen Dürre, Missernte und auch Kriegshandlungen.

Allerdings muss auch erwähnt werden, dass eine eindeutige Zuordnung einzelner Katastrophen zu einer Kategorie nicht immer möglich ist (vgl. Altenriederer, 2002, S. 14).

2.4. Naturkatastrophen

Naturkatastrophen lassen sich in verschiedenste Arten einteilen, wie etwa Stärke, Geschwindigkeit, Dauer, Zahl der Todesfälle, etc. Die häufigsten Einteilungen jedoch folgen den Ursachen, die aus drei Hauptkategorien stammen:

- Prozesse der Erdkruste: Vulkane, Erdbeben, Tsunamis
- Prozesse an der Erdoberfläche: Bergstürze, Lawinen und Erdrutsche
- Schwankungen in der Atmosphäre und im Wasserhaushalt: Sturm, Dürre, Hochwasser

(vgl. Geipel, 1992, S. 9)

Unter Naturkatastrophen werden im Allgemeinen stark schadenverursachende Wirkungen natürlicher Extremereignisse in den betroffenen Gesellschaften verstanden. Anders als bei „Kulturkatastrophen“ oder *man made disasters* wird die Natur für die entstandene Katastrophe verantwortlich gemacht. Die Katastrophe entsteht jedoch erst in der Interaktion extrem starker Naturimpulse mit einem verletzlichen sozialen System. Denn erst die Menschen schaffen Schadenspotentiale, beeinflussen die Verletzlichkeit von Personen und Kulturgütern und entwickeln eigene Reaktionsweisen auf extreme Naturereignisse. Eine theoretische Abgrenzung zwischen Kultur- und Naturkatastrophen kann sich allerdings als problematisch erweisen, denn die weltweiten kulturellen Handlungen und Leistungen der

Menschen beeinflussen nachweislich das Klimasystem und andere regionale oder globale ökologische Bedingungen. Dies wiederum kann zu einer Begünstigung der Entstehung von Naturkatastrophen führen (vgl. Stirn, 1996, S. 28 f).

Die Zahl der Naturkatastrophen stieg in den letzten Jahrzehnten immer weiter an. So wurden Ende der 1990er Jahre bereits dreimal mehr Fälle registriert als noch in den 1960ern. Noch deutlicher wird der Anstieg dieser Katastrophen, wenn man vor allem die volkswirtschaftlichen Schäden, die heute sogar fast neunmal so groß sind als in den 1960er Jahren, betrachtet. Denn diese teilen sich ca. zu je einem Drittel auf die Hauptgefahren Erdbeben (29%), Sturm (38%) und Überschwemmungen (27%) auf. Die meisten Todesopfer sind bei Stürmen (45%) und Erdbeben (47%) zu verzeichnen.

Die Hauptursache dieses Aufwärtstrends liegt einerseits im andauernd steigenden Bevölkerungswachstum und andererseits im Fortschreiten der Verstädterung, welche wiederum eine hohe Bevölkerungs- und Wertekonzentration in den Städten ergibt. Hinzu kommt, dass viele dieser Ballungszentren in risikoreichen Gegenden liegen. Weiters ist als Grund für den Anstieg der Schäden durch Naturkatastrophen die erhöhte Katastrophenanfälligkeit hoch entwickelter und moderner Industriegesellschaften zu nennen. In Katastrophenfällen ist die Stadtbevölkerung meist hilfloser und von zentralisierten Versorgungsdiensten abhängiger als die selbständige Landbevölkerung, die es gewohnt ist, sich in Notsituationen gegenseitig zu helfen.

Regional betrachtet bleibt kein Kontinent von Naturkatastrophen verschont. Lediglich Kanada, Nordeuropa, Sibirien und Nordafrika zählen zu jenen Gebieten, in denen das Aufkommen von Naturkatastrophen verhältnismäßig sehr gering ist. Große Unterschiede kann man aber in den Auswirkungen erkennen, wenn man den Entwicklungsstand der verschiedenen Volkswirtschaften berücksichtigt. In den volkswirtschaftlich reichsten Ländern wurden zwar die meisten Ereignisse verzeichnet (USA ist auf Platz 1), die Zahl der Todesopfer war hier aber am geringsten. Dieser Umstand ist nicht zuletzt darauf zurückzuführen, dass die meisten Industrieländer im Gegensatz zu armen Ländern bereits über sehr gute Frühwarn- und Katastrophenmanagementsysteme verfügen. Die größten volkswirtschaftlichen Schäden jedoch sind in den reichen Ländern entstanden (vgl. Altmann, 2003, S. 23 ff).

Naturkatastrophen und Medien

„Es ist dieser Informationsgehalt, der Katastrophen immer wieder zu ‚Medienereignissen‘ werden lässt, ja, den WDR-Redakteur Ansgar Skriver vom ‚Unterhaltungswert der Katastrophen‘ reden lässt.“ (Geipel, 1992, S. 2)

Die Ereignisberichterstattung hat eine bestimmte Reichweite. Laut Skriver haben Medienforscher nachgewiesen, dass ein Ereignis in 10.000 km Entfernung durchschnittlich 39 Todesopfer fordern muss, um in einer zehn Zentimeter großen Spalte publiziert zu werden. In 1.000 km Entfernung genügen 7, in 100 km Entfernung reicht manchmal schon ein Toter.

Katastrophen werden aufgrund der Omnipräsenz der Medien zum täglichen Ereignis der Rezipienten. Da der Nachrichtenwert durch das Prinzip der Ereignisaktualität bestimmt wird, stellen Katastrophen und ihre plötzlich in Erscheinung tretenden schrecklichen Auswirkungen einen beliebten Inhalt der medialen Berichterstattung dar. Aber nicht jedes katastrophale Ereignis findet die gleiche mediale Beachtung. Bestimmte Kriterien, wie etwa die geografische, politisch-ideologische und kulturelle Nähe, soziales Interesse sowie die Identifikationsbereitschaft mit den Opfern sind für die mediale Aufmerksamkeit entscheidend (vgl. Geipel, 1992, S. 3). Weiters sind die Erreichbarkeit des Notstandsgebietes für die Medien oder die Dichte der aktuellen Nachrichten aus anderen Bereichen ausschlaggebend dafür, in welchem Umfang über eine Katastrophe berichtet wird. Da die Medien die Öffentlichkeit auf Katastrophen hinweisen und Informationen bereitstellen, leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Mobilisierung von Hilfe jeglicher Art, insbesondere in Bezug auf das private Spendeverhalten. Hier gelten vor allem Fernsehbeiträge als besonders medienwirksam, da sie sehr gut dafür geeignet sind, Emotionen beim Zuschauer auszulösen. Dies wiederum führt zu einer Erhöhung der Spendenbereitschaft (vgl. Altmann, 2001, S. 44).

Die beiden Soziologen Grausgruber und Holley stellen dem Katastrophenjournalismus aber kein gutes Zeugnis aus, da die Berichterstattung nur selten fachlich fundiert und an Hintergrundinformationen interessiert ist. Zudem werde meist nur über die Ursachen und sehr selten über die Zusammenhänge der Katastrophe berichtet (vgl. Grausgruber/Holley, 1997, S. 33).

2.5. Waldbrände

Waldbrände entstehen verstärkt in Dürreperioden und sind somit eng mit dem „Drought“-Phänomen¹ verknüpft. Und da sie auch häufig von Brandstiftern ausgelöst werden, sind sie gleichzeitig ein typischer Fall von man-made hazards² und dadurch eng mit der gesellschaftlichen Verfassung eines Raumes verknüpft. Einige Räume präsentieren sowohl die klimatischen, siedlungsgeografischen als auch die sozialen Faktoren dieses Syndroms in Reinform, wie zum Beispiel Südkalifornien, Südostaustralien und die Französische Riviera.

Waldbrände sind natürliche Erscheinungen und gewissermaßen in die Ökologie eines Raumes „eingebaut“. Manche Pflanzen benötigen nämlich das Feuer, das ihre Samenkapseln zum Platzen bringt, denn ohne diese Einwirkung würden die Kapseln nicht platzen und somit nutzlos bleiben. Auch ist es immer wieder erstaunlich, wie rasch sich die Pflanzen in Waldbrandgebieten erholen und über die vernichteten „künstlichen“ Bestände hinweggehen.

Für das Entstehen von Waldbränden sind eine leicht entzündbare Vegetationsdecke und gelegentlich auftretende sommerliche Wetterkonstellationen mit hoher Temperatur, niedriger Luftfeuchtigkeit und Starkwind verantwortlich. In jedem Sommer ereignen sich schwere Waldbrände. Doch während hunderte kleinere Ausbrüche von den heimischen Feuerwehrleuten relativ schnell bekämpft und zum Erlischen gebracht werden können, sind die Feuerwehren gegen Brände, die durch die vereinten Effekte des Wetters und den Zustand der brennbaren Vegetation entstehen und sich mit einer Schwindel erregenden Schnelligkeit ausbreiten, machtlos (vgl. Geipel, 1992, S. 168 f).

Waldbrände in Griechenland im August 2007

Obwohl in Griechenland die Waldbrände bereits Ende Juni/Anfang Juli ausgebrochen waren, war im August noch lange kein Ende in Sicht. Man konnte die Brände in Griechenland zwischenzeitlich stoppen und die Lage entspannte sich. Doch immer wieder loderten neue Flammen auf.

¹ „Drought“-Phänomen: übersetzt bedeutet dies nichts anderes als „Dürre-Phänomen“

² Man-made hazards sind, im Gegensatz zu natural hazards, Katastrophen, die von Menschenhand verursacht werden.

Im August brannte es in fast allen südlichen Landesteilen. Allein auf der Halbinsel Peloponnes wüteten zu dieser Zeit vier Großbrände und zahlreiche kleine Brände. Am schwersten betroffen war auch die Region Zacháro im Westen der Halbinsel. Auch nahe der südgriechischen Hafenstadt Kalamata, bei Sparta, Korinth, Tripoli, Megalopoli, Pirgos und Olympia wütete das Feuer. Zu dieser Zeit mussten zahlreiche Dörfer evakuiert werden. Die antiken Stätten von Olympia wurden ebenfalls durch die Flammen bedroht, konnten aber gerettet werden. Doch die Umgebung von Olympia wurde weitgehend zerstört. Auch auf Euböa, der zweitgrößten griechischen Insel, bekamen die Brandbekämpfer im August die Situation nicht in den Griff. Hier war vor allem die Region um Amarinthos und die Ortschaft Seta betroffen (vgl. <http://www.wsws.org/de/2007/aug2007/grie-a28.shtml>, Stand 26.11.2007).

Tatsächlich wirft der Umgang mit den verheerenden Waldbränden ein Schlaglicht auf die Verantwortungslosigkeit und die Vetternwirtschaft, die seit Jahrzehnten die Politik der beiden großen Parteien des Landes, der ND und der Panhellenischen Sozialistischen Bewegung (PASOK), kennzeichnen. Obwohl es in Griechenland regelmäßig zu Waldbränden kommt, wurden Feuerwehr und Brandvorsorge völlig vernachlässigt. Die verfügbaren Kräfte reichen bei Weitem nicht aus, um Feuer von solchem Ausmaß zu bekämpfen.

Der konservative Ministerpräsident Karamanlis versucht, den Klimawandel und kriminelle Brandstiftungen durch Bodenspekulanten für die Katastrophe verantwortlich zu machen. Beides spielt zweifellos eine Rolle, kann aber nicht erklären, warum die Regierung der Katastrophe völlig unvorbereitet gegenüber steht.

Hinter den Brandstiftern stehen oftmals kriminelle Bodenspekulanten. Diese zünden unbebaute Waldflächen an, errichten auf den abgebrannten Grundstücken illegal Fundamente von Häusern und lassen diese im Nachhinein von den Behörden absegnen. Diese Methode ist altbekannt. Schätzungen zufolge gehen jedes Jahr Dutzende von Bränden auf das Konto dieser Spekulanten.

(vgl. <http://www.campingclub.at/default.asp?ARid=446&Slid=24&a=detail>, Stand 26.11.2007)

In Griechenland waren im August bereits mehr als 180.000 ha Landfläche zerstört, darunter Hunderte von wertvollen Zitronenbäumen und Olivenplantagen. Dutzende Dörfer wurden restlos zerstört, tausende Wild- und Nutztiere waren in den Flammen umgekommen. Nach EFFIS-Angaben bleibt die Waldbrandgefahr weiterhin bestehen. Diese Risikoprognosen werden in der Zeit vom 01.02. bis 31.10. täglich an die Katastrophenschutz- und Forstämter der Mitgliedstaaten übermittelt.

(vgl. <http://presse.lebensministerium.at/article/articleview/59360/1/17622/>, 6.11.2007)

3. Katastrophenberichterstattung

3.1. Zur Forschungslage der Katastrophenberichterstattung

Die vorhandenen Erkenntnisse zur Katastrophenberichterstattung weisen in der Kommunikationswissenschaft erhebliche Defizite auf. Theoretische Abhandlungen zum Thema Katastrophenberichterstattung gibt es nur sehr wenige (vgl. Roither, 2002, S. 11). Auch Ruhrmann ist der Meinung, dass die vorhandenen wissenschaftlichen Erkenntnisse mangelhaft sind. Die in der Literatur vorzufindenden Ansätze würden nur alltagssprachliche Vorstellungen von Medien und Journalismus vertreten (vgl. Ruhrmann, 2000, S. 18). Zwar existieren zahlreiche Untersuchungen zur Kriegsberichterstattung (vgl. u.a. Löffelholz, 2004) und einzelne kommunikationswissenschaftliche Analysen zur Berichterstattung über Katastrophen (vgl. u.a. Roither, Köstinger, Kramer,...). Übergreifende theoretische Befunde oder Ableitungen sind jedoch nicht bzw. kaum vorhanden.

Dies bemerkt auch Löffelholz in seinem Buch „Krieg als Medienereignis“ (1993), in dem er sich mit der Krisenkommunikation (nach seinem Verständnis als Überkategorie der Kriegskommunikation) als wissenschaftliche Disziplin auseinandersetzt:
„Ein Blick auf die bisherige Krisenkommunikationsforschung zeigt, dass auf eine Klärung von zentralen Begriffen häufig verzichtet wird und eine theoretische Einordnung entfällt.“
(Löffelholz, 1993, S. 12)

Nach Ruhrmann und Schöring laufen die vorhandenen Studien der Krisenberichterstattung meist auf sechs Punkte hinaus (vgl. Ruhrmann/Schöring, 1996, S. 68, zit. nach Roither, S. 11):

1. der Informationsquelle der Journalisten
2. der Selektionskriterien für die Berichterstattung
3. des gezeichneten „Katastrophenbildes“
4. der Ausgewogenheit bzw. der Sensationsorientierung der Information
5. der Wirkung beim Rezipienten
6. der negativen oder positiven Auswirkung für das aktuelle Krisenmanagement

3.2. Allgemeine Prinzipien der Krisenberichterstattung

Im Folgenden möchte ich nun auf die elementaren Prinzipien der journalistischen Produktion näher eingehen. Nach Staiger zählen zu den wichtigsten Basisprinzipien der Krisenberichterstattung die Beobachterabhängigkeit, die Selbstbezüglichkeit, die Selbstorganisation, die Nicht-Linearität und die Viabilität.

3.2.1. Beobachterabhängigkeit

Staiger geht davon aus, dass die Umwelt jedem (krisen-)journalistischen System immer nur durch und als hochselektive Beobachtung zugänglich ist. Der ganze Prozess der Angebotsproduktion stellt sich daher als ein Prozess der systemrelativen und selektiven Konstruktion von Wirklichkeit dar. Journalisten, Redaktionen und Makrosysteme beobachten selbstbezüglich (siehe Kap. Selbstbezüglichkeit). Die Wirklichkeitserzeugung ist nicht von der Umwelt vorherbestimmt, aber auch keinesfalls zufällig, weil sie immer aufgrund bestimmter Maßstäbe und Bezüge zustande kommt. Die journalistische Krisenthematisierung bewegt sich *„(...) innerhalb der quantitativen und qualitativen Grenzen des menschlichen Wahrnehmungsapparates, selektiert und konstruiert das Wahrgenommene in Richtung von Nachrichtenfaktoren und unterliegt dabei auch ökonomischen Einflüssen und Orientierungen.“* (Staiger, 2004, S. 153)

Keinem journalistischen System ist es nach Staiger möglich, eine „absolute“ Realität der Krise zu erkennen. Denn die Krisenwirklichkeit als Ergebnis eines Beobachtungsprozesses gibt es nur *im* System. Auch Glasersfeld ist der Ansicht, dass eine Beobachtung niemals mit dem „Umweltetwas“, das sie hervorgerufen haben soll, verglichen werden kann (vgl. Glasersfeld, 2002, S. 12). Deshalb bleiben auch absolute Krisenwahrheiten Fiktionen und interessieren uns höchstens als solche (vgl. Staiger, 2004, S. 153 f).

Mit der Relativität jeder Wirklichkeit wird auch die Objektivität zu einer kognitions- bzw. sozialsystemrelativen und dynamischen Größe. Der Begriff „Objektivität“ meint nach Frerichs eine in bestimmten (krisen-)journalistischen Systemen *„anerkannte und vereinheitlichte Vorgehensweise zur Erlangung von Erkenntnis“* (Frerichs, 2000, S. 151). Das wird vor allem in den Nachrichtenregeln, wie Trennung von Nachricht und Meinung oder in der Neutralität und Fairness der Berichterstattung deutlich, die aber – auch wenn sie formal befolgt werden – einen großen Spielraum für Subjektivität öffnen. Die Wunschvorstellung einer absolut

objektiven Krisenbeobachtung bildet demnach einen Widerspruch in sich (vgl. Staiger, 2004, S. 154)

3.2.2. Selbstbezüglichkeit

Nach Staiger gehört es zu den elementaren Kennzeichen eines jeden Systems, dass sich seine Elemente fortlaufend auf sich selbst beziehen. Löffelholz ist der Ansicht, dass sich krisenjournalistische Operationen, Konstruktionen und Entscheidungen auf ihre vorhergehenden Operationen, Konstruktionen und Entscheidungen beziehen (vgl. Löffelholz, 1993, S. 21). Über diese generelle Selbstbezüglichkeit hinausgehend bezieht sich der Krisenjournalismus auch deshalb auf sich selbst, weil er häufig vor allem die Krisenberichterstattung beobachtet und eben nicht die unmittelbaren Ereignisse, auf die er sich bezieht (vgl. Staiger, 2004, S. 155).

In der Krisenberichterstattung kommt der Selbstbezüglichkeit durch Angebotsbezüglichkeit zusätzliche Bedeutung zu, wenn sich das eigentliche Geschehen und die Folgen der jeweiligen Krise einer unmittelbaren Beobachtung durch journalistische Systeme weitgehend entzieht (vgl. ebd. S. 155).

3.2.3. Selbstorganisation

In der Krisenkommunikation ist auch das Phänomen Selbstorganisation allgegenwärtig. Die Selbstorganisation der Strukturen, Zustände und Abläufe krisenjournalistischer Systeme reguliert deren dynamische Beziehung zu ihrer Umwelt. Hier zieht Staiger die Theorie der Synergetik von dem Physiker Hermann Haken heran, die sich mit dem System des selbstorganisierten Zusammenwirkens von Systemkomponenten bzw. Subsystemen befasst. Diese Theorie geht davon aus, dass Komponenten-Variablen (im Fall der Krisenberichterstattung können dies zum Beispiel Angebotsmerkmale einzelner krisenjournalistischer Subsysteme sein), die der „Gesamtsituation“ am besten entsprechen, verstärkt und andere eher gedämpft werden. *„Die ‚vorteilhafte‘ Dynamik wirkt ordnend auf die Dynamik der anderen Komponenten ein, zieht immer mehr ins sich hinein – und zwar umso schneller, je mehr sich ihr bereits angeschlossen haben.“* (Staiger, 2004, S. 155 f)

Dieses Phänomen arbeitet sowohl an der generellen und/oder längerfristigen Entwicklung journalistischer Strukturen als auch an speziellen und/oder spontanen Dynamiken. Nach

Hans-Jürgen Bucher zielt auch die Eigendynamik sozialer Strukturen das in die Journalismusforschung eingeführte Erklärungsmuster des Phänomens dritter Art. Denn *„komplexe Muster und Selbstorganisationsprozesse von (Kriegs-)Journalismus gehen danach zwar letztlich aus den Operationen und Konstruktionen der beteiligten Subsysteme hervor, sind jedoch nicht das Ergebnis von deren Planung.“* (ebd. S. 156 f). Der einzelne Journalist, die einzelne Redaktion stützt und reproduziert zwar die gemeinsame Form, hat aber als einzelnes System auf deren Eigendynamik keinen Einfluss (vgl. ebd. S. 157).

3.2.4. Nicht-Linearität

Das Phänomen der Nicht-Linearität, das im Konstruktivismus auch als „Nichttrivialität“ bekannt ist, kann in der Krisenberichterstattung beobachtet werden (vgl. Foerster, 2002, S. 60). Demnach sind journalistische Personen, Redaktionen und Makrosysteme in der Entwicklung ihrer Strukturen, Zustände und Abläufe sowie in der Entwicklung ihrer Beziehungen und Interaktionen zu den Systemen ihrer Umwelt grundsätzlich niemals mit absoluter Sicherheit vorhersagbar und berechenbar. Als nicht-lineare Systeme zeichnen sie sich nämlich dadurch aus, dass zwischen den Ursachen und Auswirkungen kein proportionaler, also geradliniger Zusammenhang besteht (vgl. Frerichs, 2000, S. 30 f). Staiger geht davon aus, dass die Nicht-Linearität aus dem Rückkoppelungscharakter der Systeme erfolgt, bei dem jeder Systemvorgang in die weitere Entwicklung des Systems eingeht. Denn zur Berechnung dieser unendlich komplexen Wechselwirkung der Komponenten und Interaktionen bedürfte man nicht nur einer unendlich großen Beobachtungskapazität, sondern auch einer unendlich genauen und schnellen Rechenkapazität. Selbst die kleinsten Abweichungen oder Veränderungen würden dabei zu völlig unterschiedlichen Systemverläufen führen. Aus diesem Grund ist die Nicht-Linearität kein Problem mangelnder Präzision der wissenschaftlichen Analyse (vgl. Staiger, 2004, S. 157).

Der Krisenjournalismus pflegt, obwohl er in eine nicht-lineare Welt eingebunden ist, ein weitgehend lineares Weltbild. Er erzeugt aus einer unendlichen Komplexität des Weltgeschehens Medienereignisse, die von geringerer, konsumierbarer Komplexität und klarer Linearitäten und Kausalitäten sind (vgl. ebd. S. 158). Dennoch stellt sich hier die Frage, ob die geringe Komplexität, klare Linearität und Kausalität nicht der Trivialisierung von Nachrichten zum Opfer fällt.

3.2.5. Viabilität

Das Konzept der Viabilität (Gangbarkeit) geht davon aus, dass Lebewesen, Populationen, Arten, Gattungen usw. überleben, soweit sie in ihre Umwelt passen, also viabel sind. Dieses Prinzip lässt sich auf sämtliche für die Krisenberichterstattung wichtigen Systemtypen verallgemeinern: die Gangbarkeit ist für uns die entscheidende Größe in der Entwicklung journalistischer Strukturen, Operationen und Konstruktionen. Allerdings wollen sie nicht die Realität widerspiegeln, sondern sie wollen passen. Dieses „Passen“ meint die *„(...)Verträglichkeit oder Kompatibilität der Struktur eines Systems mit der Struktur seiner Umwelt“* (Staiger, 2004, S. 159). Der Zustand einer solchen Kompatibilität wird als strukturelle Kopplung bezeichnet. Wie diese Kompatibilität ausgestaltet und aufrechterhalten wird, ist vom journalistischen System selbst organisiert und ergibt sich aus den Möglichkeiten, die es innerhalb seiner unscharfen strukturellen, organisationellen, operationellen und informationellen Geschlossenheit hat. Eine Krisenberichterstattung, die den Bestand des jeweiligen Systems gefährdet, ist nicht gangbar und deshalb in der Regel keine Option (vgl. ebd. S. 158 f).

Staiger kommt zu dem Schluss, dass die Krisen in der Krisenberichterstattung weniger Bestandkrisen sind, sondern *„Strukturkrisen, d.h. eine Frage von Strukturveränderungen, mit denen sich die Systeme auf veränderte – allgemeine oder situative – Bedingungen einstellen“* (ebd. S. 159).

3.2.6. Wirklichkeitsfaktoren

„Was macht eine Wirklichkeit aus Sicht des erzeugenden Systems ‚wirklich‘?“ Diese Frage wird vom Konzept der Wirklichkeitsfaktoren systematisiert. Warum hält der Journalismus, die Gesellschaft bestimmte Krisenkonstruktionen für „wahr“, andere für „unwahr“ und wieder andere für „zweifelhaft“? Zur Beantwortung benötigt man ein Zusammenspiel verschiedener Kriterien. Neben der Viabilität sind das die Faktoren Intersystemizität bzw. –Subjektivität, Objektivität, Konsonanz und Invarianz. Einem journalistischen System erscheint eine Kriegswirklichkeit umso „wirklicher“ oder „wahrer“, je

- besser sie „passt“, d.h. je besser sie eine Vereinbarkeit bestimmter Umstände herstellt, bestimmte Probleme löst, erfolgreiches Handeln ermöglicht, Ziele erreichen lässt, usw. (Viabilität);

- mehr andere journalistische Systeme diese Wirklichkeit teilen, bestätigen, anerkennen, akzeptieren oder tolerieren. Hier ist nicht nur die relative Anzahl, sondern auch der Grad der Relevanz von Bezugssystemen entscheidend (Intersystemizität);
- mehr dieser Krisenwirklichkeit Kriterien genügen, die vom journalistischen System als Gewähr für Sachlichkeit, Unvoreingenommenheit, Neutralität, Vernünftigkeit, usw. erachtet werden (Objektivität);
- besser sie sich in die „Wirklichkeitsgeschichte“ und das interne „Wirklichkeitsumfeld“ des journalistischen Systems einfügt (Konsonanz);
- häufiger und regelmäßiger die Wirklichkeit vom journalistischen System in gleichartiger oder ähnlicher Weise konstruiert wurde bzw. wird (Invarianz).

Dieses Erklärungsmuster betrifft sehr grundsätzliche Wirklichkeitskomplexe sämtlicher Betrachtungsebenen ebenso wie kleinste Wirklichkeitsfragmente. Da die einzelnen Faktoren sich zum einen wechselseitig beeinflussen oder sich in ihrer Wirksamkeit auch aufheben können, entfalten sie ihre Erklärungskraft erst in der Kombination (vgl. Staiger, 2004, S. 160 f).

3.3. Medien und Katastrophen: 5 Thesen von Rolf Lindner

Lindner geht davon aus, dass eine Nachricht ein Produkt ist. Beim Prozess der Nachrichtenproduktion geht es nicht darum, dass der „Rohstoff“ be- und verarbeitet wird. Es geht vielmehr darum, dass der „Rohstoff“, bevor er be- und verarbeitet wird, einem Auswahl- und Prüfverfahren unterzogen wird, um herauszufinden, ob er überhaupt einen Nachrichtenwert in sich birgt. In seinem Aufsatz „Medien und Katastrophen: 5 Thesen“ fasst er die kommunikationswissenschaftlichen Ansätze diesbezüglich zusammen und geht davon aus, dass katastrophale Nachrichten gewissen Kriterien entsprechen müssen.

These 1:

„Nachrichten sind durch die Massenmedien ... in die Gesellschaft ... projizierte, regelwidrig aufgetretene Tatsachen oder Ereignisse, die Anspruch auf Interesse in der Öffentlichkeit ... erheben dürfen.“ (Lindner, 1990, S. 125)

Lindner meint damit, dass alle unerwarteten, atypischen und regelwidrigen Ereignisse einen Nachrichtenwert besitzen, weil sie unsere Erwartungen hinsichtlich des „normalen Gangs der

Dinge“ durchbrechen und somit aus „dem Rahmen fallen“. Katastrophen sind solche unerwarteten Ereignisse, weil sie eben nicht „normal“, also nicht alltäglich sind.

These 2:

„Abweichung ist die heimliche Grundkategorie eines auf dem Selektionsprinzip des Nachrichtenwertes beruhenden Journalismus.“ (Lindner, 1990, S. 125)

Darunter ist nichts anderes zu verstehen, als das völlige Anderssein einer Nachricht. Tatsachen oder Ereignisse müssen eine bestimmte Schwelle überschreiten, damit sie überhaupt zur Nachricht werden. Weitere Kriterien des Nachrichtenwertes sind unter anderem die Aktualität des Ereignisses, die Prominenz der Beteiligten, die Nähe des Ereignisses sowie die Außergewöhnlichkeit des Ereignisses. Das heißt, all jene Faktoren, die zur Überschreitung einer gewissen Schwelle führen und somit von der Norm abweichen, zählen hier dazu.

These 3:

„Die Katastrophe ist die Nachricht par excellence.“ (Lindner, 1990, S. 127)

Kein Ereignis bzw. Geschehen erfüllt die Kriterien des Nachrichtenwertes oder des Sensationscharakters besser als eine Katastrophe. Sie wird in den Medien als Eruption dargestellt. Tendenziell wird in den Medien jede Katastrophe deshalb zu einer Naturkatastrophe, da sie als überraschender, unvorhergesehener bzw. unvorhersehbarer Ausbruch latenter Kräfte präsentiert wird.

These 4:

„Die Katastrophe in den Medien hat Ereignischarakter.“ (Lindner, 1990, S. 127)

Katastrophen in den Medien haben den Charakter von plötzlichen Ereignissen. Die einzige Kontinuität, die die ereignisorientierte Katastrophenberichterstattung kennt, ist die des Ereignisses selbst. Entwicklungen, die per definitionem Prozesse über die Zeit sind, bleiben so lange un(ter)berichtet, bis es zu irgendeiner Art von dramatischer Klimax kommt. Als Beispiel dafür könnte der Irakkrieg dienen. Hierbei kam es durch die monatelange Berichterstattung bis zum Ausbruch des Krieges zu einer Steigerung und schließlich zum Klimax. Die Berichterstattung explodierte. Auch bei anderen Ereignissen wie zum Beispiel der Katastrophe von Kaprun oder bei den Waldbränden in Italien, Griechenland und Spanien, explodierte sie. Jedoch mit dem Unterschied, dass keine monatelange Berichterstattung dem Ereignis vorauselte. Dennoch kann man sagen, dass das Ereignis für die Medien erst Ereignischarakter besitzt, sobald es zum Eintritt der Katastrophe kommt.

These 5:

*„Katastrophale Entwicklungen sind unvereinbar mit der Ereignisorientiertheit der Medien.“
(Lindner, 1990, S. 128)*

Der Nachrichtenwert der katastrophalen Entwicklungen besteht lediglich in den durch sie herbeigeführten katastrophalen Ereignissen, die zumindest bis zu einem gewissen Grad stets als unerwartet erscheinen müssen. Im Notfall ist für die Medien eine Katastrophe so gut wie jede andere. Sie lösen einander sozusagen ab. Geschieht etwas noch Schlimmeres, Katastrophaleres, löst die neue Katastrophe die vorhergehende ab bzw. verdrängt sie. Demnach zeichnet sich das Mediengeschäft mit katastrophalen Entwicklungen und Ereignissen aus. *„Freilich ist der Tatbestand der Auswechslung symptomatisch für die skizzierte Logik: Priorität kommt dem Aktuellen, nicht dem Substantiellen zu.“* (Lindner, 1990, S. 129)

Lindner meint damit, dass die Welt und somit auch die Medien langsam zum „little shop of horrors“ werden, und dessen Exponate vom Geiselnahmeopfer bis zum verunglückten Bergmann, vom Aids-Kranken bis zum Verbrennungsoffer reichen. Ein Horrorkabinett also, das nur darauf zu warten scheint, bis etwas Schreckliches passiert. Eine sehr gewagte, um nicht zu sagen makabere Aussage, die rein medienwissenschaftlich gesehen ihre Berechtigung besitzt.

„Wenn Ulrich Beck schreibt, dass die Risikogesellschaft eine katastrophale Gesellschaft ist, in der der Ausnahmezustand zum Normalzustand zu werden droht, dann ist zu fragen, ob die Medien, für die ja der Ausnahmezustand den geschäftsmäßigen Normalzustand bildet, diesen Zustand bloß reflektieren, oder ob sie nicht, durch die Gleichsetzung des Unvergleichbaren, zu einem Bewusstseinszustand beitragen, wo sich alles in Gefährdungen verwandelt und gerade deswegen irgendwie auch nichts mehr gefährlich ist.“ (Lindner, 1990, S. 131)

Medien benötigen die immer wiederkehrenden Katastrophen und Sensationen als „Rohstoffnachschieb“ für ihre Arbeit. Für sie ist eine solche Katastrophe ein Ausnahmezustand im Sinne eines „erfreulichen“ Ereignisses, da sich aufgrund dieser Geschehnisse die Auflagen erhöhen und die Quoten steigen. Die Sensation, die Katastrophe, der Ausnahmezustand sind fixe Bestandteile des alltäglichen Medienablaufs, die in dieser Branche stets gerne gesehen sind und für ihr Überleben sorgen.

3.4. Aufgaben und Funktionen von Katastrophenjournalismus

Eine Hauptfunktion, welche die Medien nicht nur hinsichtlich der Katastrophenberichterstattung erfüllt, ist das Herstellen von Öffentlichkeit (vgl. Burkart, 1998, S. 368). Die DKKV (Deutsches Komitee für Katastrophenvorsorge) hat ein Handbuch für Journalisten herausgegeben, in dem sich unter anderem Kontakte für etwaige Ansprechpartner zu fachspezifischen Fragen finden, um zur Versachlichung der öffentlichen Information und Diskussion beizutragen. Die Erwartungen sollten allerdings nicht zu hoch geschraubt werden, da sich Journalisten in der Regel nicht als Informationstransformatoren des Krisenmanagements verstehen. *„Sie richten ihre Berichterstattung primär nicht an den Interessen der mit dem Katastrophenmanagement beauftragten Organisationen aus, sondern sehen ihre Funktion vor allem in der ‚Herstellung einer gesellschaftlichen Öffentlichkeit‘“* (DKKV, Journalistenhandbuch, S. 82).

3.5. Moral und Ethik im Katastrophenjournalismus

Zur Annäherung an den publizistikwissenschaftlichen Ethikdiskurs ist es zunächst notwendig, die Begriffe „Moral“ und „Ethik“ zu definieren. Die Kommunikationswissenschaft greift hierfür auf die Begriffsbestimmungen aus dem Bereich der Philosophie zurück.

3.5.1. Moral

Der Begriff der Moral kann grundsätzlich als *„die Gesamtheit von Normen bzw. ethisch relevanten Inhalten einer Gemeinschaft“* (Ulfig, 1993, S. 277) verstanden werden, welche den Menschen für ihr Verhalten zueinander, zur Natur und zu sich selbst einen normativen Rahmen bereitstellen. Die Moral manifestiert sich nicht nur in persönlichen Überzeugungen und Verhaltensweisen, sondern sowohl in der Verfasstheit öffentlicher Institutionen und letztlich auch in der gelebten wirtschaftlichen, sozialen, politischen und kulturellen Ordnung. Im Gegensatz zum Recht ist eine Verletzung der Moral nicht durch Strafen zu sanktionieren, die das Leben oder das Eigentum bedrohen. Vielmehr zieht eine Verletzung der Normen

Konsequenzen wie Tadel oder das Vermeiden von sozialen Beziehungen nach sich (vgl. Höffe, 1997, S. 204 f).

3.5.2. Ethik

Die Ethik kann grundsätzlich als Reflexionstheorie der Moral bezeichnet werden. Die philosophische Ethik sucht, von der Idee eines sinnvollen menschlichen Lebens geleitet, auf methodischem Weg und ohne letzte Berufung auf politische und religiöse Autoritäten oder auf das von jeher Gewohnte und Bewährte allgemein gültige Aussagen über das gute und gerechte Handeln (vgl. Höffe, 1997, S. 66).

Nach Karmasin ist Ethik auf individueller Ebene die allgemeinste Handlungstheorie, denn sie entwirft allgemeine Grundsätze der Handlung, versucht ihre Verbindlichkeit zu begründen und untersucht die Möglichkeit ihrer Verwirklichung als sittliche Werte. Im Mittelpunkt der Ethik steht also die ins Subjektive gewandte normative Frage, wie Menschen handeln sollen oder anders formuliert, was macht bestimmte Handlungsnormen intersubjektiv verbindlich? (vgl. Karmasin, 1996, S. 19). Auch Karmasin unterscheidet auf Reflexionsebenen. Demnach meint moralisch die Gewissensgemäßheit eines Tuns unabhängig vom motivierenden Inhalt. Ethisch meint den inhaltlichen Gesichtspunkt und nicht den Gewissensaspekt (vgl. ebd. S. 20).

Drei Formen der Ethik

Je nach Erkenntnisinteresse kann die Ethik in drei Formen unterschieden werden:

1. Die deskriptive oder empirische Ethik versucht die mannigfaltigen Phänomene von Moral und Sitte der verschiedenen Gruppen, Institutionen und Kulturen zu beschreiben, zu erklären und gegebenenfalls zu einer empirischen Theorie menschlichen Verhaltens zu verallgemeinern.
2. Die normative Ethik hat zum Ziel, die jeweils herrschende Moral kritisch zu prüfen sowie Formen und Prinzipien des richtigen Handels zu begründen.
3. Die Metaethik übernimmt die wichtige Aufgabe, die sprachlichen Elemente und Formen moralischer Aussagen kritisch zu analysieren und Methoden zu ihrer Rechtfertigung zu entwickeln.

(vgl. Höffe, 1997, S. 66)

Katastrophale Ereignisse sind immer mit einem hohen Maß an Zerstörung und Opfern verbunden. Betroffene und Angehörige stehen unter enormen Leidensdruck. Umso wichtiger ist es von Seiten der Journalisten, die ethischen und moralischen Standards einzuhalten. Denn gerade bei Katastrophenfällen besteht vermehrt die Gefahr, dass die Journalisten bei ihren Recherchen den Berufsethos vergessen und verletzen. Für den Berichterstatte stellt es wahrscheinlich die schwierigste Aufgabe dar, die Grenzen zwischen dem öffentlichen Interesse auf der einen, und der Privatsphäre der Betroffenen auf der anderen Seite zu erkennen und einzuhalten. Um diese moralischen Standards einzuhalten, ist eine vorgeschriebene Reglementierung notwendig, welche im Folgenden, ohne Anspruch auf Vollständigkeit, exemplarisch dargestellt wird.

3.6. Rechtliche Grundlagen

Die Pressefreiheit stellt ein Grundrecht dar. Sie ist Grundlage des demokratischen Lebens. Die Presse genießt besonderen Schutz vor Beschränkungen, um die öffentliche Aufgabe ordentlich erfüllen zu können. Doch auch der Pressefreiheit sind gewisse Grenzen gesetzt, wie in Artikel 10 Absatz 2 der Menschenrechte geschrieben steht. In der Menschenrechtskonvention wird jedem Menschen das Recht auf freie Meinungsäußerung zugesprochen, jedoch auch betont, dass mit der Ausübung dieses Rechts sowohl Pflichten und Verantwortung als auch Beschränkungen verbunden sind. Beschränkungen der Pressefreiheit sind zulässig, wenn sie der Gesetzgeber vorschreibt, diese nicht gegen absolute Eingriffsverbote verstoßen, sie in einer demokratischen Gemeinschaft unabdingbar sind und einem der Ziele der Menschenrechtskonvention dienen, die in Art. 10 Abs. 2³ EMRK vermerkt sind.

³ Art. 10 EMRK:

(1) Jede Person hat das Recht auf freie Meinungsäußerung. Dieses Recht schließt die Meinungsfreiheit und die Freiheit ein, Informationen und Ideen ohne behördliche Eingriffe und ohne Rücksicht auf Staatsgrenzen zu empfangen und weiterzugeben. Dieser Artikel hindert die Staaten nicht, für Hörfunk-, Fernseh- oder Kinounternehmen eine Genehmigung vorzuschreiben.

(2) Die Ausübung dieser Freiheiten ist mit Pflichten und Verantwortung verbunden; sie kann daher Formvorschriften, Bedingungen, Einschränkungen oder Strafdrohungen unterworfen werden, die gesetzlich vorgesehen und in einer demokratischen Gesellschaft notwendig sind für die nationale Sicherheit, die territoriale Unversehrtheit oder die öffentliche Sicherheit, zur Aufrechterhaltung der Ordnung oder zu Verhütung von Straftaten, zum Schutz der Gesundheit oder Moral, zum Schutz des guten Rufes oder der Rechte anderer, zu Verhinderung der Verbreitung vertraulicher Informationen oder zur Wahrung der Autorität und der Unparteilichkeit der Rechtsprechung.

Im österreichischen Mediengesetz werden Reglementierungen für die journalistische Praxis vorgenommen, aber auch Grenzen gesetzt. In Bezug auf die Katastrophenberichterstattung ist die Einhaltung des Paragraphen „Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs“⁴ zur Wahrung des moralischen Standards von größter Wichtigkeit, um die höchstpersönlichen Rechte der Betroffenen gegenüber den Massenmedien zu garantieren.

Einerseits schützen diese Rechtsvorschriften die Betroffenen, andererseits wird gleichzeitig die freie Berichterstattung eingeschränkt. Der Persönlichkeitsschutz zielt demnach auf einen Ausgleich zwischen kollidierenden Interessensbereichen, welche nicht einseitig gebrochen werden dürfen, ab.

An dieser Stelle sei auch der vom österreichischen Presserat gegründete „Ehrenkodex für die österreichische Presse“ erwähnt, der neun Grundsätze formuliert, die für all jene Gültigkeit haben, die sich bereit erklärt haben, den Ehrenkodex einzuhalten. Folgende neun Punkte zählen zu den Berufspflichten der Presse: Freiheit, Genauigkeit, Unterscheidbarkeit, Einflussnahmen, Persönlichkeitsschutz, Intimsphäre, Materialbeschaffung, redaktionelle Spezialbereiche und öffentliches Interesse. Besonders relevant im Bezug auf die Katastrophenberichterstattung ist die Einhaltung von Punkt 5 „Persönlichkeitsschutz“ (5.1. „Jeder Mensch hat Anspruch auf Wahrung der Reche und Würde der Person.“) und Punkt 6 „Intimsphäre“ (6.1. „Die Intimsphäre jedes Menschen ist grundsätzlich geschützt“) (vgl. <http://www.voez.at>, Stand 20.11.2007).

3.7. Medienethik

Die Medien gewinnen in den modernen Kommunikations-, Informations- und Freizeitgesellschaften ständig an Bedeutung, besonders die Massenmedien. Einerseits wächst die Bedeutung als Informationsquelle gegenüber der persönlichen Erfahrung oder dem mündlichen Bericht. Andererseits nimmt der Anteil der Kulturprägung seitens der Medien zu. Wie wichtig und grundlegend ein durch Medieninnovation bewirkter gesellschaftlicher Wandel sein kann, zeigt bereits der Übergang vom Mündlichen ins Schriftliche bei der Entstehung früher Hochkulturen.

⁴ „Wird in einem Medium der höchstpersönliche Lebensbereich eines Menschen in einer Weise erörtert oder dargestellt, die geeignet ist, ihn in der Öffentlichkeit bloßzustellen, so hat der Betroffene gegen den Medieninhaber Anspruch auf eine Entschädigung für die erlittene Kränkung. Der Entschädigungsbetrag darf 20.000 Euro nicht übersteigen.“ (<http://www.austria.gv.at/Docs/2005/7/6/mediengesetz2005.pdf>, § 7 (1), Stand 20.11.2007)

Im Zusammenhang mit den verbreiteten Informationen durch die Medien ergeben sich für Höffe hauptsächlich folgende drei ethische Probleme:

1. Der Konflikt zwischen einem „Recht auf Information“ seitens der Öffentlichkeit und dem individuellen Persönlichkeits- oder Datenschutz.
2. Das Problem der wahrheitsgemäßen Darstellung.
3. Die Beschneidung freier Meinungsäußerung und das Zensurproblem.

(Höffe, 1997, S. 185).

Auch Karmasin fasst die moralischen Probleme im Zusammenhang mit dem Journalismus in drei wesentlichen Bereichen zusammen:

1. Medien stellen Güter her, die weder rein öffentlicher, noch rein privater Natur sind.
2. Journalismus besitzt Macht und übt diese auch aus. Journalisten schaffen Wirklichkeit oder verweigern sie. Diese Wirklichkeitsmacht lässt sich nicht in Information und/oder Unterhaltung trennen.
3. Der Beruf Journalismus ist nur bedingt arbeitsteilig ausübbar. Daher ist er mit einer hohen individuellen Verantwortung verbunden.

Die so genannte „public sphere“, die als öffentliches Gut direkte Auswirkungen auf die Gesellschaft hat, ist aber nur unter bestimmten Bedingungen ein öffentliches Gut. Denn während die Verantwortung des Journalismus sich auf die Herstellung oder Verweigerung von Öffentlichkeit bezieht, beziehen sich viele Forderungen an die journalistische Moral auf die Herstellung und Verbreitung von Informationen. Unbedingte Voraussetzung für die Herstellung der „public sphere“ ist es aber, den Prozess der Informationsbeschaffung auf diese hin zu optimieren (vgl. Karmasin, 1996, S. 24ff).

Siegfried Weischenberg hat sich mit diesem Kontext auseinandergesetzt und findet, dass den Journalisten und Medien *„dysfunktionale Effekte ihres Handelns für eine Verständigung über gesellschaftliche Moral“* (Weischenberg, 1992, S. 210) vorgehalten wird. Sie müssen sich dem Vorwurf stellen, dass sie die Stabilität der Gesellschaft bedrohen und dass den Journalisten das nötige Pflichtbewusstsein fehle.

Weiters stellt Weischenberg drei Ethiktypen auf, die zeigen, auf welcher unterschiedlichen Ebenen sich der Journalist einem zu berichtenden Ereignis nähern kann bzw. welche Ebenen für sein Handeln in Bezug auf Ethik relevant werden können (vgl. ebd. S. 211 ff):

Individuelethik: Moralische Verhaltensregeln, die sich an den einzelnen Journalisten richten.

Standesethik (Professionsethik): Verhaltensregeln des journalistischen Berufsstandes, die in einem solchen Fall zu klaren Vorgehensweisen anleiten sollen.

Institutionsethik: Nach Weischenberg geht es hier um „eine aus der Institution zu entwickelnde Handlungsethik für Journalisten“ (Weischenberg, 1992, S. 13). Es geht darum, Verständnis für den mit eigenen Regeln behafteten Journalismus und die Einbindung in eine Medieninstitution, die primär auf wirtschaftliche Ziele ausgerichtet ist, zu zeigen.

Auch der Kommunikationswissenschaftler Heinz Pürer spricht von drei Ethikansätzen der Medien und nimmt eine ähnliche Einteilung wie Weischenberg vor:

1. Die sich auf den einzelnen Journalisten beziehende Individuelethik
2. Die auf das System bezogene Ethik der Institution bzw. des Mediensystems
3. Die das Publikum einbeziehende und relativ neue soziale Ethik der kollektiven Verantwortung

(vgl. Pürer, 1992, S. 311 ff)

Matthias Karmasin unterscheidet bei der Bestimmung der journalistischen Moral zwei Richtungen:

1. die individuelethische Richtung
2. die sozialethische Richtung

Wie auch Weischenberg meint Karmasin, dass die individuelethische Richtung das moralische Verhalten der Journalisten ansieht. Die zwei wesentlichen Punkte der moralischen Verpflichtung des Journalisten sind die Verantwortung, vor allem gegenüber dem Rezipienten, und die Objektivität im Sinne kommunikativer Gerechtigkeit. Wobei der Begriff der Objektivität hierbei eine zentralere Rolle spielt. Folgende materielle Kriterien werden diesbezüglich in erster Linie genannt (vgl. Karmasin, 1996, S. 26ff):

- die Fakten müssen stimmen (Wahrheitspostulat)
- Berichte müssen in Bezug auf den beschriebenen Sachverhalt vollständig sein (Vollständigkeitspostulat)

- Nachrichten müssen von Kommentaren bzw. Bewertungen getrennt werden (Trennungspostulat)
- die Nachrichten müssen angemessen strukturiert bzw. positioniert werden (Strukturierungspostulat)
- Eigenbewertungen des Journalisten in z.B. Berichten müssen als solche erkennbar sein (Transparenzpostulat)
- Quellen müssen angeführt werden (Transparenzpostulat)
- bei widersprüchlicher Quellenlage soll dies angegeben werden (Transparenzpostulat)
- Nachrichten sollen sachlich und ohne Emotionen publiziert werden (Postulat der Gefühlsvermeidung)
- in Bezug auf in der Bezeichnung umstrittene Sachverhalte sollen neutrale Begriffe ausgewählt werden (Neutralitätspostulat)
- in Berichten soll der eigene Standpunkt für Selektion und Präsentation folgenlos bleiben (Postulat der Vermeidung von Meinungsverzerrung).

Für Boventer sind in der Individualethik folgende Punkte die zentralen Bereiche journalistischer Verantwortung: wahrheitsgetreue Unterrichtung, Sorgfaltspflicht, Richtigstellung von Falschmeldungen, Schutz der Privatsphäre und Bestechungsverbot (vgl. Boventer, 1989, S. 20).

Die sozialetische Richtung bezieht neben dem moralischen Verhalten des Journalisten auch die strukturellen und organisatorischen Aspekte mit ein. Das heißt, sie sieht zwar die Relevanz und Wichtigkeit der moralischen Forderungen, hält diese aber für nicht ausreichend (vgl. Karmasin, 1996, S. 28).

Ulrich Saxer sieht einen fortlaufenden Mangel des journalistischen Diskurses dahingehend, *„dass nach wie vor Journalismusethik überwiegend als Frage der persönlichen Moral erörtert wird“* (Saxer, 1999, S. 108). Saxer lehnt daher die individualethischen Betrachtungsweisen als unzureichend und vereinfachend ab. Journalismus an Personen festzumachen sei eine unzulässige Verkürzung der Ethikdiskussion. Vielmehr sollte man den Journalisten als Teil eines größeren Systems betrachten, von dessen Wirkungsmechanismen jeder Einzelne abhängig sei. Der Journalismus sei mit seinen politischen, ökonomischen und juristischen Strukturen „makroperspektivisch“ zu sehen. Demnach geht es bei Saxers Ethikansatz weniger darum, wie der Journalist, der Herausgeber und der Medienkonsument agiert bzw. sein soll, sondern vielmehr um die tatsächlich befolgten Werte und Normen (vgl. Pürer, 1992, S. 313 ff).

Hall formuliert noch extremer: *„Journalisten sind in der Regel keine Helden der Aufklärung, sondern Vermittler in unterschiedlichstem Auftrag und in unterschiedlichstem Interesse. Von diesem Berufsstand einen besonderen Grad von Unangepaßtheit, Unbestechlichkeit oder Moral zu erwarten oder gar zu verlangen, ist illusorisch. Die spezifische Berufsmoral von Journalisten ist durchaus nicht Wahrhaftigkeit oder Erkenntnis, sondern die Kunst, auch noch auf Glatzen Locken drehen zu können“* (Hall, 1989, S. 103). Die Forderung nach journalistischer Moral muss also die sozialetischen Bedingungen reflektieren und kann nicht allein durch den Appell an die persönliche Moral der Journalisten vertreten werden (vgl. Karmasin, 1996, S. 29).

Rühl und Saxer versuchen die notwendigen Systemzusammenhänge zu reflektieren und zu möglichen ethischen Einflussfaktoren vorzustoßen. Die beiden Sozialwissenschaftler stellen keine „Gebote“ oder „Regeln“ für Journalisten auf, sondern „Maßstäbe für das Nachdenken über journalistisches Handeln“, die für eine ethisch korrekte Berichterstattung einzuhalten sind (vgl. Weischenberg, 1992, S. 220 ff). Die zentrale Kategorie der Kommunikationsethik ist nach Rühl und Saxer die „Achtung“ (vgl. Thomaß, 2003, S. 168).

Die „journalistische Maximenethik“, also die subjektive Verantwortungsebene der einzelnen Journalisten, hat zwar eine lange Tradition, muss aber durch eine System-Ethik ergänzt werden (vgl. Holderegger, 1999, S. 227), so wie Saxer es versucht hat. Nach Holderegger ist die primäre Aufgabe der Ethik Handlungsorientierungen dazulegen und zu begründen, nach denen man vernünftig urteilen und richtig handeln kann. Sie ist eine methodologisch geleitete Reflexion, die Maßstäbe bereitzustellen versucht, um Lebensweisen, Praxisfelder und von der Gesellschaft geschaffene Systeme nach ihrer Richtigkeit zu befragen (Holderegger, 1999, S. 219).

Es existieren bereits zahlreiche „Regeln“ und „Gebote“ für Journalisten, wie zum Beispiel der oben erwähnte österreichische Pressekodex, welche ihm als Grundlage für eine ethisch korrekte Berichterstattung dienen soll. Solche Grundsätze sind meist der Individualethik oder der journalistischen Maximethik zuzuordnen.

Trotz der Kritik Saxers nehmen sie nach wie vor den größten Teil in der Ethikforschung ein, wie etwa die von Dieter Stolte erstellten Grundregeln für die Berichterstattung von Unglücks- und Katastrophenfällen, die anschließend erörtert werden.

3.8. Ethik in Katastrophenfällen

Nach Dieter Stolte (1992, S. 161 f) gelten folgende zehn Regeln für die Berichterstattung bei Gewaltverbrechen, Unglücks- oder Katastrophenfällen:

1. Die allgemeinen Gesetze und verbindlichen Programmrichtlinien sind einzuhalten.
2. Eine Behinderung der Arbeit der Strafverfolgungsbehörden ist zu vermeiden. Bei Katastrophenfällen sollte diese Regel auch auf die Arbeit von freiwilligen Helfern und Einsatzkräften ausgeweitet werden.
3. Eine Instrumentalisierung der Medien durch Schwerverbrecher ist unstatthaft.
4. Journalisten dürfen keinen Einfluss auf den Fortgang der Ereignisse nehmen, sondern sollten sich vielmehr auf ihre Berichterstattungspflicht beschränken.
5. Die Berichterstattungspflicht tritt zurück bei akuter Gefahr von Menschenleben sowie der Verletzung der Würde der Person.
6. Zugleich ist in solchen Krisensituationen größtmögliche Zurückhaltung geboten. Im Zweifelsfall sollte für die Selbstbeschränkung im Interesse der Opfer entschieden werden.
7. Da im Falle solcher Berichterstattung eine differenzierte Aufarbeitung und Präsentation sowie eine einfühlsame Kommentierung unbedingt erforderlich sind, muss auf eine Verringerung des Zeitdrucks geachtet werden. Eine Live-Berichterstattung sollte es nicht geben, damit der Zuschauer mehr Abstand zum Gezeigten gewinnt. (Diese Regel kann nicht realistisch sein, da es schließlich die Aufgabe der Medien ist, das Publikum zu informieren und auf dem Laufenden zu halten.)
8. Ausschlaggebendes Kriterium sollte die gesellschaftliche Bedeutung einer Nachricht (ihr Informationswert) und nicht lediglich oder primär ihr Neuigkeitswert (ihr Unterhaltungswert) sein.
9. In solchen Fällen bedarf es der vermehrten Absprache zwischen den verschiedenen Nachrichtenmedien.
10. Es sollte darauf hingewirkt werden, dass die Schulung des kritischen Urteilsvermögens und moralischen Verantwortungsgefühls bereits bei der Ausbildung von Journalisten und Redakteuren verstärkt wird und einen zentralen Stellenwert gewinnt.

Auch Andrea Kramer ging der Frage „Wie ethisch ist der Katastrophenjournalismus“ nach und formulierte sechs Problemfelder, die sich speziell für den Katastrophenjournalismus

ergeben: Zeit- bzw. Aktualitätsdruck; Ökonomisierung und Konkurrenz; Verletzung der Privatsphäre; Sensationalisierung; Glaubwürdigkeit und Quellenabhängigkeit, Einhaltung der Sorgfaltspflicht; Profilierung, Risikobereitschaft und Emotionen (vgl. Kramer, 2005, S. 58 ff).

Der Faktor Zeit gilt als das Schlüsselproblem, da es bei Katastrophenfällen keine Vorbereitungszeit gibt. Die Journalisten müssen schnell handeln und sind deshalb enorm dem Zeit- und Aktualitätsdruck ausgesetzt. Weil gründliche Recherchen nur schwer durchführbar sind, lässt sich auch die journalistische Sorgfaltspflicht bei Katastrophenereignissen nur erschwert durchführen. Da der Journalist unter dem Zwang einer eiligen, frühest möglichen Berichterstattung steht, soll dem Rezipienten die größtmögliche Authentizität, Objektivität und Spannung vorgetäuscht werden. Die vom Rezipienten erwartete Unmittelbarkeit stellt sich jedoch oft als Inszenierung heraus, deren Grad weit fortgeschritten scheint. So kommt es durchaus vor, dass die Inszenierung eines Ereignisses wichtiger wird, als das Ereignis selbst (vgl. ebd. S. 58 f).

Auch die Einhaltung der Privatsphäre ist ein wichtiger Punkt, der aber für die Journalisten oft eine Gratwanderung darstellt. Denn durch den großen Konkurrenzdruck werden sie oft gezwungen, sich von der Konkurrenz abzuheben und zu differenzieren. Dadurch können sie mitunter dazu verleitet werden, die Privatsphäre der Betroffenen durch Bilder oder Berichte zu verletzen. Weiters ist die Gefahr groß, gerade bei Katastrophenfällen in eine emotionelle und sensationisierende Berichterstattung zu verfallen, um den Leser zu generieren (vgl. ebd. S. 62).

Zusammenfassend kann hier gesagt werden, dass *„Periodizität und Aktualität, der Zwang zur regelmäßigen Produktion in kurzer Folge und der Druck, immer neue Nachrichten auf den Markt werfen zu müssen, sowie der sich stetig verschärfende Konkurrenzdruck“* den Journalisten oft dazu zwingen, *„eigene moralische Bedenken über Bord zu werfen und so Bericht zu erstatten, wie es die ‚Gesetze des Marktes‘ verlangen.“* (Sebunk, 2003, S. 43)

3.9. Kritische Reflexionen zur Katastrophenberichterstattung

Der Medienwissenschaftler Stefan Weber äußert sich in höchst negativem Ausmaß zur medialen Aufarbeitung von Katastrophen. Er meint, dass sich die Katastrophendramaturgien immer gleich gestalten. Jedoch muss alles, um sich in der Medienwelt behaupten zu können, immer mehr werden: mehr Opfer, mehr Leid, mehr Unfassbarkeit.

Ebenfalls kritisiert Weber die Tatsache, dass der investigative Journalismus zugunsten von „metaphysischen Heucheleien“ immer mehr ins Abseits rückt. Es werden tränenüberströmte Betroffene gezeigt, kirchliche Messen übertragen oder Geistliche interviewt. Ursachen und Fakten einer Katastrophe treten laut Weber bei der Berichterstattung immer mehr in den Hintergrund, und die Medien werden als Trauerverstärker eingesetzt.

Ein weiterer Punkt, den Weber angreift, ist der Missbrauch von Katastrophen für Eigen-PR. Staatsmänner und Politiker loben die ausgezeichneten Einsatzkräfte, sprechen den Betroffenen ihr Mitgefühl aus und stellen sich somit in den Mittelpunkt der medialen Berichterstattung. Katastrophen werden demnach auch als Projektionsflächen für Politiker missbraucht (vgl. Weber, 2000, S. 20 f).

Kramer (2005, S. 75) fasst diesen Umstand folgendermaßen zusammen: *„Aufgrund katastrophaler Ereignisse, die mit großem menschlichem Leid verknüpft sind, wird es öffentlichen Personen leicht gemacht, sich in ein besseres Licht zu rücken.“*

Nach Brauner kann auf die Mitbenützung von Ressourcen der Hilfsorganisationen, wie zum Beispiel die Inanspruchnahme von verfügbaren Funktelefon-Kanälen, zu Problemen und Differenzen führen. Diese ergeben sich zwar aus zweifellos berechtigten Interessen der Medien, könnten aber gemindert werden. Ein weiterer Kritikpunkt von Brauner ist, dass die Medien etwaige Hilfsarbeiten stören können, da sie die Helfer durch Fragen oder aber auch durch deren bloße Anwesenheit behindern bzw. ablenken.

Weiters wird die zu geringe Sachkenntnis der Journalisten bei Katastrophenfällen von Weber bemängelt, was jedoch mit strukturellen Problemen zusammenhängt. Da Katastrophen plötzlich auftretende Ereignisse sind, haben die Journalisten keine Zeit sich vorzubereiten, sich in das Thema einzulesen oder Zusammenhänge zu suchen. Dieses Problem könnte aber dahingehend vermieden werden, als dass sich der Journalist schon vorweg

Sachkenntnisse über verschiedene Katastrophen aneignen könnte, um ein gegenseitiges Rollenverständnis aufzubauen und um die Zusammenarbeit im Ernstfall zwischen Helfern und Journalisten zu optimieren (vgl. Brauner, 2000, S. 13 ff).

Die daraus in Bezug auf die Ethik in der Katastrophenberichterstattung entstehenden Forschungsfragen zur Inhaltsanalyse „Waldbrände in Griechenland“ sind folgende:

Haben sich die Journalisten an die ethischen Richtlinien der Katastrophenberichterstattung gehalten?

Da es im Rahmen dieser Arbeit zu umfangreich wäre, alle ethischen Grundsätze der Katastrophenberichterstattung zu untersuchen, bzw. es bei einigen Regeln notwendig gewesen wäre, vor Ort zu sein, habe ich nur drei der zehn Regeln für die Berichterstattung in Katastrophenfällen von Dieter Stolte herausgenommen und werde versuchen, diese anhand der mir vorliegenden Zeitungsartikel zu untersuchen:

Forschungsfrage 1:

Wurde bei der Berichterstattung über die Waldbrände in Griechenland der sachliche Ton gewahrt und ausschließlich auf den Informationswert geachtet oder spielte der Neuigkeits- bzw. Unterhaltungswert eine primäre Rolle?

Forschungsfrage 2:

Wurden durch die Berichterstattung dieser Katastrophe beim Rezipienten Emotionen ausgelöst?

Forschungsfrage 3:

Haben die Journalisten im Katastrophenfall „Waldbrände in Griechenland“ bei ihrer Berichterstattung die Würde bzw. Privatsphäre der Person (Opfer) gewahrt oder wurde diese durch Berichte oder Bilder verletzt?

4. Nachrichtenforschung

Der Kommunikationswissenschaftler Georg Ruhrmann sieht die Nachrichtenproduktion als Prozesse der Selektion und Konstruktion sozialer Wirklichkeit. Er analysiert die Selektionskriterien der Produzenten als auch der Rezipienten der Nachrichten.

Für Ruhrmann liegt das eigentliche Problem der Nachrichtenforschung in der Erfassung der Selektivität des gesamten Nachrichtenprozesses. Die Rezipienten bringen den Nachrichten für gewöhnlich ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit und Vertrauen entgegen. Allerdings können sie nur einen Bruchteil des gesamten Nachrichtenangebots wahrnehmen. Bezüglich der Struktur dieser Wahrnehmung lassen sich nach Ruhrmann drei Dimensionen, nämlich die zeitliche, soziale und sachliche, unterscheiden (vgl. Ruhrmann, 1994, S. 237 f):

Zeitlich gesehen werden Ereignisse immer in der Gegenwart wahrgenommen und machen für den, der sie wahrnimmt, ein bestimmtes Verhältnis zur Vergangenheit und Zukunft aus.

Soziale Faktoren, wie zum Beispiel Interessen und Wissen, bestimmen, welche Ereignisse überhaupt als relevant angesehen und daher wahrgenommen werden. Die Selektion erfolgt nach den individuellen Relevanzkriterien des einzelnen Beobachters. Mit jedem neuen Ereignis kann sich die Einstellung derjenigen ändern, die vom Ereignis betroffen sind.

In *sachlicher* Hinsicht wächst die Menge an möglichen Ereignissen bzw. die Kommunikation über Ereignisse sowie kommunizierbare Themen und Meinungen rasant an. Die unterschiedlichen Themen, Thematisierungen und Präsentationen beeinflussen wiederum die Kommunikation über Ereignisse. Demzufolge erfordern wissenschaftliche Ereignisse (z.B. Expertendiskussion, Anhörung) eine andere Diskursform als zum Beispiel sportliche Ereignisse (z.B. Live-Übertragung).

Die Ereignisbeobachtung folgt hierbei stereotypen Relevanz-Zuordnungen. Von den Journalisten werden bestimmte Kriterien und Merkmale definiert, die ein Ereignis aufweisen muss, um zur Nachricht zu werden. Beispielsweise wäre das in der zeitlichen Dimension die Dauer einer Konflikts, in sozialer Hinsicht das Prestige der Akteure einer Zusammenkunft, und in der sachlichen Dimension die räumliche Nähe eines gefährlichen Ereignisses (vgl. Ruhrmann, 1994, S. 238).

Jedoch reichen diese Faktoren, die als Selektionsregeln journalistischer Entscheidungen über Themen und Umfang der Nachrichten zugrunde liegen, nicht aus, um die eigentliche Nachrichtenforschung zu beschreiben. Folgende verschiedene Ansätze sollen die Arbeit der Nachrichtenforschung genau erklären.

4.1. Ansätze der Nachrichtenforschung

Es gibt verschiedene Forschungsansätze, die die Nachrichtenauswahl zum Gegenstand haben. Vor allem ist aber zwischen Gatekeeper-Forschung, News Bias-Forschung und Nachrichtenwert-Forschung zu unterscheiden. Die drei Forschungstraditionen weisen jedoch Querverbindungen und Überschneidungen auf, sodass eine eindeutige Zuordnung der einzelnen empirischen Analysen nicht immer möglich ist. Unterschiede der drei Forschungsrichtungen finden sich hinsichtlich ihrer Fokussierung auf verschiedene Einflussgrößen (vgl. Staab, 1990, S. 11). Während bei der Gatekeeper-Forschung die Person des Redakteurs als wichtige Einflussgröße bestimmt wird, konzentriert sich der News Bias-Ansatz auf die individuellen (politischen) Einstellungen der Journalisten. Im Gegensatz dazu legen die Untersuchungen der Nachrichtenwert-Forschung ihren Schwerpunkt auf das Ergebnis der Nachrichtenauswahl. Folglich arbeitet die Gatekeeper-Forschung mit den Methoden der teilnehmenden Beobachtung und Befragung, während die Nachrichtenwert-Forschung mit Inhaltsanalysen operiert (vgl. Wilke/Rosenberger, 1991, S. 24 f).

Besondere Beachtung wird in dieser Arbeit der Nachrichtenwert-Theorie geschenkt, da sie als Grundlage zur inhaltsanalytischen Untersuchung der Berichterstattung der Waldbrand-Katastrophe in Griechenland dient. Dennoch werde ich im Folgenden die Gatekeeper-Forschung und die News Bias-Forschung ansatzweise reflektieren, um einen umfassenderen Überblick über die Traditionen der Nachrichtenforschung zu geben.

4.1.1. Gatekeeper-Forschung

Die Gatekeeper-Forschung begann im Jahr 1950 mit einer von David Manning White veröffentlichten Studie. Der Begriff „Gatekeeper“ selbst und das dazugehörige Konzept allerdings stammen von Kurt Lewin. „Gatekeeper“ bedeutet soviel wie Pförtner oder Schleusenwärter. White hat das von Lewin entwickelte Konzept übernommen, um den

Entscheidungsprozess bei der Nachrichtenauswahl zu erklären. In der Nachrichtenforschung bedeutet der Gatekeeper-Ansatz, dass es im Nachrichtenfluss bestimmte Schleusen, Pforten oder Schaltstellen gibt, an denen die Nachrichtenredakteure entscheiden, welche Informationen weiter gegeben werden und welche eben nicht.

Im Zuge seiner Studie bat White einen Nachrichtenredakteur einer kleinen Tageszeitung in den USA, eine Woche lang auf allen Meldungen, die er nicht veröffentlicht hat, den Grund seiner Entscheidung zu notieren. Einerseits wurden hier subjektive Auswahlkriterien deutlich, die auf die persönlichen Einstellungen und Erfahrungen des Redakteurs zurückzuführen sind. Beispielsweise wies er eine Meldung zurück, weil es sich seiner Meinung nach um Propaganda handelte. Andererseits wurde durch diese Studie deutlich, dass eine Zurückweisung bestimmter Meldungen auch technische Gründe hatte, wie zum Beispiel der verfügbare oder eben nicht-verfügbare Platz in der Zeitung. Weiters konnte White mit Hilfe einer Input-Output-Analyse feststellen, dass der Nachrichtenredakteur politische Themen bevorzugte, wohingegen er „human interest“-Meldungen vernachlässigte. Daraufhin gab es viele Untersuchungen, die die Studie von White weiterführten. So hat Walter Gieber etwa die Perspektive auf 16 Nachrichtenredakteure verschiedener Zeitungen erweitert. Er wies darauf hin, dass Gatekeeper keine isolierten Individuen sind, sondern sehr wohl diversen organisatorischen Institutionen unterworfen sind (vgl. Wilke/Rosenberger, 1991, S. 25).

Ein weiteres wichtiges Ergebnis der Gatekeeper-Forschung ist, dass die Auswahl der Nachrichten durch die Bezugsgruppen der Vorgesetzten und Kollegen bedingt ist. Folglich richtet sie sich weniger an die Bedürfnisse des Publikums. Das lässt sich darauf schließen, dass redaktionelle Linie einer Zeitung formell durch den Verleger oder indirekt durch die Kollegen festgelegt wird. Auch hat sich gezeigt, dass Journalisten in den Redaktionen die Meldungen der Nachrichtenagenturen im Wesentlichen reproduzieren, was weiters bedeutet, dass sich die Journalisten von diesen Agenturen beeinflussen und sogar lenken lassen (ebd. 1991, S. 26).

Die Gatekeeper-Forschung hat sich in den letzten Jahrzehnten gewandelt. Zunächst ging man von einem individualistischen Ansatz aus. Mit der Zeit jedoch verlagerte sich das Interesse vom einzelnen Journalisten auf den professionellen Gatekeeper, der zahlreichen Zwängen unterliegt. Letztendlich hat sich dabei herausgestellt, dass nur sehr wenige Redakteure wirklich weit reichende Entscheidungen treffen. Auch die Journalisten erwiesen sich als nicht so autonom, wie man eigentlich angenommen hatte.

4.1.2. News Bias-Forschung

„News“ ist gleichbedeutend mit Neuigkeit oder Nachricht. „Bias“ bedeutet Vorliebe, Hang, Neigung oder Tendenz. Die News Bias-Forschung wird auch oft einfach nur als News Bias bezeichnet. Bei dieser Forschungstradition geht es darum, Unausgewogenheiten, Einseitigkeiten und politische Tendenzen in der Medienberichterstattung zu messen und Aufschluss über deren Ursachen zu erlangen. Die News Bias forscht auf zwei Seiten. Auf der einen Seite führen sie experimentelle Studien durch, in denen sie die Nachrichtenauswahl bzw. die Berichterstattung durch Journalisten oder andere Versuchspersonen simulieren lassen. Diese Studien haben ergeben, dass subjektive Einstellungen die tatsächliche Nachrichtengebung bedeutend beeinflussen. Auf der anderen Seite versuchte man diese Frage mit Hilfe von Inhaltsanalysen journalistischer Texte zu beantworten. Häufig werden diese Inhaltsanalysen mit Befragungen der Journalisten kombiniert. Hier versuchte man Zusammenhänge zwischen der politischen Tendenz der Berichterstattung und der politischen Einstellungen der Journalisten herzustellen. Der Einfluss von subjektiven und politischen Meinungen der Journalisten, aber auch die Einstellungen der Herausgeber und Verleger auf die Nachrichtengebung wurde bestätigt. Weiters konnte sich in den Studien auch die Annahme bestätigen, dass die Berichterstattung einseitig der redaktionellen Linie folgt bzw. Konfliktgegenstände, die Gegenstand der Berichte waren, entsprechend beurteilt wurden (vgl. Burkart, 1998, S. 274).

4.1.3. Nachrichtenwert-Forschung

Die Nachrichtenwert-Forschung fand ihren Anfang Mitte der sechziger Jahre, wobei es den Begriff „Nachrichtenwert“ und erste Ansätze dazu schon länger gibt. Was ist unter „Nachrichtenwert“ nun zu verstehen? *„Ein Nachrichtenwert eines Ereignisses entscheidet darüber, ob dieses Ereignis berichtenswert ist (...)“* (Wilke/Rosenberger, 1991, S. 27)

Als wichtigster Indikator dafür, welche Nachrichtenfaktoren den journalistischen Hypothesen von Realität entsprechen, dient uns der Nachrichtenwert. Dieser Nachrichtenwert ist eine journalistische Hilfskonstruktion zur Erleichterung der unerlässlichen Selektionsentscheidungen. Je größer der Nachrichtenwert einer Meldung ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass die Meldung berücksichtigt und veröffentlicht wird. Ein weiteres Indiz für den Nachrichtenwert einer Meldung ist ihr Umfang. Denn für „wichtige“ Nachrichten wird von den Medien mehr Platz eingeräumt als für „Unwichtige“. Auch werden diese

„wichtigen“ Nachrichten an besseren, herausragenderen Stellen platziert, bei Pressemedien beispielsweise auf der Titelseite bzw. den vorderen Seiten und bei Funkmedien am Anfang der Sendung. Dieser Umstand zeigt, dass also auch die Aufmachung und die Platzierung Indikatoren für den Nachrichtenwert sind (vgl. Schulz, 1990, S. 30).

Die Nachrichtenfaktoren haben die Funktion, die Nachrichten für den Rezipienten beachtenswert, interessant und „schmackhaft“ zu machen. Die Journalisten orientieren sich dabei an gewissen Vorstellungen, was ihrer Meinung nach den Bedürfnissen des Publikums entspricht (vgl. ebd. S. 13).

Nachfolgend werde ich nun auf die Nachrichtenfaktoren nach Östgaard, und weiterführend jene Faktoren bzw. Faktorenkataloge nach Galtung/Ruge und Schulz näher eingehen. Damit soll gezeigt werden, wie wichtig diese Nachrichtenfaktoren für Journalisten sind und wie sie sich im Laufe der Zeit weiterentwickelt haben.

4.1.4. Anfänge der Nachrichtenwerttheorie nach Östgaard

Einar Östgaard veröffentlichte im Jahr 1965 einen Aufsatz, in welchem er es sich zur Aufgabe machte, jene Nachrichtenfaktoren zu identifizieren, die den Nachrichtenfluss verzerren und beeinflussen. Neben äußeren Einflüssen wie Zensur und ökonomische Beschränkungen können folgende Faktorenkomplexe, die dem Nachrichtenfluss innewohnen, genannt werden (vgl. Wilke/Rosenberger, 1991, S. 27):

1. Vereinfachung
2. Identifikation
3. Sensationalismus

4.1.4.1. Vereinfachung

Eine allgemeine Regel, an die sich alle Nachrichtenmedien halten, besagt, dass die Ereignisse möglichst einfach, verständlich und strukturiert dargestellt werden sollen. Nach Östgaard kann diese Regel zweifach angewendet werden. Einerseits bei der Selektion, wonach einfache Nachrichten komplexeren vorgezogen werden, und andererseits bei der redaktionellen Verarbeitung, wonach komplexe Sachverhalte auf eine vereinfachte Struktur verringert werden (vgl. Schulz, 1990, S. 13).

4.1.4.2. Identifikation

Faktoren, die der Identifikation dienen, sollen vor allem die Aufmerksamkeit des Publikums gewinnen. Die Identifikation ist von der Nähe des berichteten Geschehens – Nähe in geografischer, kultureller und zeitlicher Hinsicht – abhängig. Demzufolge haben Ereignisse aus geografisch weit entfernten Regionen, aus kulturell fremden Gesellschaften und vergangenes Geschehen vergleichsweise eine sehr geringe Chance zu Nachrichten zu werden.

Weiters zählt Östgaard zum Faktorenkomplex Identifikation noch zwei andere Selektionsregeln: zum einen werden Nachrichten über Nationen und Personen mit hohem sozialen Rang (d.h. Macht, Ansehen, Einfluss) bevorzugt; zum anderen gibt jede Form der Personifizierung einem Ereignis einen höheren Nachrichtenwert (vgl. ebd. S. 13 f).

4.1.4.3. Sensationalismus

Nach Östgaard leben vom Sensationalismus vor allem die „soft news“, das sind Nachrichten über Unglücke, Verbrechen, Kuriositäten, Gesellschaftsklatsch, etc. Nicht selten haben aber auch „hard news“ eine sensationelle Komponente, vor allem dann, wenn sie von Konflikten handeln oder Teile von Dramatik, Erregung und Emotionalität enthalten. All jene Ereignisse, die diese Bedingungen erfüllen, haben eine größere Chance zu Nachrichten zu werden.

Aufgrund des großen Selektionsdrucks, den die Medien gegenüber der Fülle des täglichen Geschehens ausüben, müssen die Ereignisse eine bestimmte „Nachrichtenbarriere“ überspringen. Das heißt, je mehr von den vorher beschriebenen Kriterien – also den Bedingungen von Vereinfachung, Identifikation und Sensationalismus – erfüllt werden, desto größer ist die Chance diese Barriere zu überwinden und von den Medien berichtet zu werden. Sobald dies einmal geschehen ist, werden zwei weitere Faktoren wirksam, die eine zusätzliche Beeinträchtigung des Nachrichtenflusses bedeuten. Zum einen haben die Medien eine Tendenz zur Diskontinuität. Das bedeutet, dass sich die Nachrichten meist nur auf Teilereignisse und kurze Ausschnitte von Vorgängen, die oft sehr lange andauern, beziehen. Deshalb haben Ereignisse, die sich innerhalb eines kurzen Zeitabschnitts abspielen, einen hohen Nachrichtenwert. Auf der anderen Seite bekommen zu Nachrichten definierten Ereignisse ein zunehmendes Maß an Eigengewicht und Kontinuität, selbst wenn das Folgegeschehen längst wieder an Intensität verloren hat. Ereignisse, die einmal diese Nachrichtenbarriere übersprungen haben, haben eine sehr gute Chance, auch weiterhin von den Medien beachtet zu werden (vgl. ebd. S. 14).

Laut Östgaard hat das Zusammenwirken all dieser Faktoren für das Bild der Welt folgende Konsequenzen (Schulz, 1990, S. 15):

1. Die Nachrichtenmedien haben die Tendenz, den status quo zu bestärken und die Bedeutung individueller Handlungen der Führungsfiguren von Großmächten zu übertreiben.
2. Die Nachrichtenmedien haben die Tendenz, die Welt konflikthaltiger darzustellen als sie wirklich ist und den Einsatz von Gewalt anstatt friedlicher Mittel zur Lösung solcher Konflikte zu betonen.
3. Die Nachrichtenmedien haben die Tendenz, die bestehende Teilung der Welt in Nationen mit hohem und niedrigem Status zu verstärken oder zumindest aufrechtzuerhalten.

Östgaard betont aber ausdrücklich, dass diese Folgerungen lediglich hypothetischen Charakter haben. Es handelt sich also um Hypothesen, die sich aus der Kommunikationsforschung begründen lassen, die jedoch weiterer empirischer Überprüfung bedürfen.

4.1.5. Nachrichtenfaktoren nach Galtung und Ruge

Johan Galtung und Mari Holmboe Ruge haben noch im selben Jahr den Ansatz von Östgaard weitergeführt und kommen einen erheblichen Schritt weiter in der Systematisierung und theoretischen Begründung in der von Östgaard angesprochenen Thesen (vgl. Schulz, 1990, S. 15). Galtung und Ruge haben diesen Ansatz zu einer wahrnehmungspsychologisch begründeten Nachrichtentheorie ausgebaut. Sie gehen davon aus, dass die Informationsaufnahme und –verarbeitung durch das gesellschaftliche Nachrichtensystem im Prinzip ähnlichen Gesetzen unterliegen wie sie die individuelle menschliche Wahrnehmung bestimmen (vgl. Wilke/Rosenberger, 1991, S. 28). Ausgangspunkt für ihre Überlegungen ist wieder das Selektionsproblem. Es gibt eine unerschöpfliche Menge von Ereignissen auf der Welt, von denen jedoch nur ein Bruchteil den Nachrichtencharakter annimmt. Die Frage ist wieder, welche Ereignisse zu Nachrichten werden und welche nicht? Besteht ein systematischer Zusammenhang zwischen bestimmten Ereignismerkmalen und ihrem Nachrichtenwert? Genauso wie Östgaard kommen Galtung und Ruge zu dem Schluss, dass eine Reihe von Faktoren im Nachrichtenfluss den Ereignissen eine mehr oder weniger große Chance gibt, als Nachrichten definiert und von den Medien berücksichtigt zu werden (vgl. Schulz, 1990, S. 15 f).

Galtung und Ruge führen einen Katalog von zwölf Nachrichtenfaktoren auf, von denen es nach Ansicht der beiden abhängt, ob Ereignisse zu Nachrichten werden oder nicht. Diese zwölf Faktoren werde ich nun im Detail erläutern:

4.1.5.1. Frequenz

Jedes Ereignis benötigt eine gewisse Zeitspanne, um an Bedeutung zu gewinnen. Je mehr der zeitliche Ablauf eines Ereignisses der periodischen Erscheinungsweise der Medien entspricht, desto größer ist die Chance, dass das Ereignis zur Nachricht wird. Kurze und kurzfristig abgeschlossene Ereignisse haben somit den größeren Nachrichtenwert und werden deshalb bevorzugt.

4.1.5.2. Schwellenfaktor

Ein Ereignis muss eine bestimmte Aufmerksamkeitsschwelle überschreiten, es muss sich in seiner absoluten Intensität und Intensitätszunahme von ähnlichen Ereignissen abheben. Die Intensität kann sich auf verschiedene Ereignismerkmale beziehen, wie etwa Bedeutsamkeit, Überraschung und Negativismus (werden im Folgenden noch beschrieben). Die Wirksamkeit des Identitätsfaktors ist beispielhaft ganz einfach zu charakterisieren: je grausamer ein Mord, desto größer die Schlagzeilen.

4.1.5.3. Eindeutigkeit

Je eindeutiger, einfacher und überschaubarer ein Ereignis ist, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass es zur Nachricht wird. Bevorzugt werden eindimensionale Nachrichten mit einer vergleichsweise geringen Bedeutungsvielfalt.

4.1.5.4. Bedeutsamkeit

Je mehr ein Ereignis dem Rezipienten kulturell vertraut ist oder das Geschehen für das Publikum direkte Auswirkungen auf die eigene Lebenssituation erkennen lässt, desto eher wird dieses Ereignis von den Medien beachtet.

4.1.5.5. Konsonanz

Je mehr ein Ereignis den Erwartungen und Wünschen des Publikums entspricht, umso eher wird es zur Nachricht. Überspitzt gesagt, bestätigen die Nachrichten nur das, was wir schon wissen oder gerne wissen möchten.

4.1.5.6. Überraschung

Galtung und Ruge vermuten hier ein Zusammenwirken mit den Faktoren „Bedeutsamkeit“ und „Konsonanz“. Überraschung ist ein Nachrichtenwert innerhalb des Bedeutsamen und Konsonanten. Das bedeutet, dass unvorhergesehene und seltene Ereignisse eine relativ große Chance haben zu Nachrichten zu werden, allerdings nur, wenn sie Teil des vertrauten und erwarteten Geschehens sind.

4.1.5.7. Kontinuität

Ein Ereignis, das bereits zur Nachricht geworden ist, hat eine hohe Chance, von den Medien auch weiterhin beachtet zu werden, auch wenn sein Nachrichtenwert unter den vergleichbarer Ereignisse, die noch nicht als Nachrichten definiert sind, sinkt.

4.1.5.8. Variation

Ereignisse werden von den Medien eher registriert, wenn sie dazu beitragen, das gesamte Nachrichtenbild vielseitiger und ausgewogener erscheinen zu lassen. Ereignisse, die eine Variation gegenüber einem beherrschenden Nachrichtentyp bringen, können also eher zur Nachricht werden.

4.1.5.9. Bezug auf Elite-Nationen

Geschehnisse, an denen mächtige Nationen beteiligt sind, haben einen größeren Nachrichtenwert.

4.1.5.10. Bezug auf Elite-Personen

Ereignisse, an denen mächtige und einflussreiche Personen beteiligt sind, haben größere Chancen zur Nachricht zu werden.

4.1.5.11. Personalisierung

Nachrichtenmedien bevorzugen solche Ereignisse, bei denen Menschen als handelnde Subjekte hervortreten. Das heißt, je stärker ein Ereignis personenbezogen ist, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass es zur Nachricht wird. Dies ist vor allem auf das Bedürfnis des Publikums nach Identifikationsobjekten und die Techniken der Nachrichtenpräsentation zurückzuführen.

4.1.5.12. Negativismus

Negative Ereignisse wie zum Beispiel Konflikte, Schäden und Todesfälle haben einen höheren Nachrichtenwert als positive Ereignisse. Als Gründe dafür sehen Galtung und Ruge eine „*grundlegende Asymmetrie des Lebens (...) und ein psychologisches Bedürfnis nach negativen Erlebnissen zur Kompensation des vergleichsweise hohen Angstniveaus in unserer Welt.*“ (Schulz, 1990, S. 19). Damit ist gemeint, dass das Erreichen von etwas Positivem schwierig und zeitaufwendig ist, wohingegen etwas Negatives, wie zum Beispiel töten oder zerstören, leicht und schnell geht und daher dem Frequenzfaktor entgegenkommt.

Die Wirkungsweise der Faktoren im Nachrichtenprozess präzisieren Galtung und Ruge mit folgenden Hypothesen:

1. Selektivität: Je mehr ein Ereignis den angeführten Kriterien entspricht, desto wahrscheinlicher wird es zur Nachricht.
2. Verzerrung: Jene Merkmale, welche den Nachrichtenwert bestimmen, werden akzentuiert.
3. Replikation: Selektivität und Verzerrung finden von der ersten Beobachtung des Ereignisses über alle Phasen der Übermittlung und Weiterverarbeitung bis zur Veröffentlichung statt. Die Wirkung dieser Mechanismen nimmt im Nachrichtenfluss zu und ist daher bei solchen Nachrichten besonders ausgeprägt, die viele Übermittlungsstadien durchlaufen.
4. Additivität: Je mehr Nachrichtenfaktoren auf ein Ereignis zutreffen, desto wahrscheinlicher wird es zur Nachricht.
5. Komplementarität: Sollte ein Ereignis eines oder mehrere Kriterien überhaupt nicht oder nur im geringen Maß erfüllen, müssen die anderen Faktoren in umso stärkerem Ausmaß zutreffen, damit das Ereignis zur Nachricht werden kann.

(vgl. Schulz, 1990, S. 16 ff)

An dieser Stelle muss erwähnt werden, dass die Theorie von Galtung und Ruge wegen ihrer Plausibilität, ihres Informationsgehalts, ihrer Systematik und empirischen Überprüfbarkeit der bis dato bedeutendste Beitrag auf dem Gebiet der Nachrichtenforschung ist (vgl. ebd. S. 20).

4.1.6. Nachrichtenfaktoren nach Schulz

Den Nachrichtenwert einer Meldung kann man unter Miteinbeziehung eines Faktorenkataloges sehr gut bestimmen. Schulz hat einen solchen Faktorenkatalog erstellt. Ausgangspunkt hierfür war die von Galtung und Ruge oben beschriebene Faktorenliste. Durch Umformulierung, Zusammenfassung und Differenzierung hat Schulz diese Liste überarbeitet und an einigen Stellen ergänzt oder reduziert. Das Ergebnis ist eine Gliederung der hypothetischen Einflussgrößen in folgende sechs Faktorendimensionen:

4.1.6.1. Zeit

Zu dieser Dimension gehören die Faktoren wie *Dauer* und *Kontinuität* des Geschehens; der Faktor Kontinuität wurde – an eine Theorie von Luhmann⁵ angelehnt – in einigen Aspekten modifiziert und wird nun mit dem Begriff *Thematisierung* bezeichnet.

4.1.6.2. Nähe

In diese Dimension fallen alle geografisch, kulturell, politisch, sozial und psychologisch begründeten Faktoren für Nähe und Affinität. Im Einzelnen zählen zur *räumlichen Nähe* die geografische Entfernung zwischen Ereignisort und Sitz der Redaktion, zur *politischen Nähe* die bündnis- und wirtschaftspolitischen Beziehungen zum Ereignisort, zur *kulturellen Nähe* die sprachlichen, religiösen, literarischen und wissenschaftlichen Beziehungen zum Ereignisland, und zur *Relevanz* zählen die Betroffenheit und existentielle Bedeutung des Ereignisses. Es ist noch anzumerken, dass einige dieser Faktoren nur für internationale Nachrichten zutreffen.

⁵ Niklas Luhmann: Öffentliche Meinung. In: W. R. Langenbucher (Hrsg.): Zur Theorie der politischen Kommunikation. München. 1974

4.1.6.3. Status

In diese Dimension fallen folgende Einzelfaktoren: *regionale Zentralität* (politisch-ökonomische Bedeutung der Ereignisregion bei innerdeutschen Ereignissen), *nationale Zentralität* (wirtschaftliche, wissenschaftliche und militärische Macht des Ereignislandes bei internationalen Nachrichten), *persönlicher Einfluss* (politische Macht der beteiligten Personen) und *Prominenz* (Bekanntheit der Personen bei unpolitischen Meldungen).

4.1.6.4. Dynamik

Nach Schulz gehören zu dieser Dimension zum einen der Faktor *Überraschung*. Weiters zählt hierzu der Faktor *Struktur*, in dem auch die beiden Faktoren Schwellfaktor und Variation einzuordnen sind, wobei der Faktor Variation nicht von Schulz übernommen wurde. Den Aspekt der absoluten *Intensität* wurde übernommen, da in jedem Falle eine Intensitätsabstufung vorgenommen wird.

4.1.6.5. Valenz

Innerhalb dieser Dimension wurde der Faktor Negativismus differenziert und drei Aspekte erfasst: *Konflikt* (politische Ereignisse mit aggressivem Charakter), *Kriminalität* (rechtswidriges Verhalten) und *Schaden* (Misserfolge und Personen-, Sach- oder finanzielle Schäden). Hinzu zählt auch der Aspekt des Positivismus mit dem Faktor *Erfolg* (Fortschritt auf z.B. politischem, wirtschaftlichem, kulturellem oder wissenschaftlichem Gebiet).

4.1.6.6. Identifikation

Diese Dimension wird nach Schulz durch den Faktor *Personalisierung* repräsentiert, dessen Bedeutung unverändert von Galtung/Ruge übernommen wurde. Ergänzt wurde die Dimension durch den Faktor *Ethnozentrismus*, der im Sinne von Östgaard besagt, inwieweit ein Ereignis auf die Eigengruppe (Einwohner eines Landes) bezogen ist.

Schulz weist darauf hin, dass der von ihm in sechs Dimensionen erstellte Faktorenkatalog selbstverständlich keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Er beinhaltet lediglich das, was nach bisherigem Forschungsstand als hypothetische Einflussgrößen im Prozess der Nachrichtenvermittlung angenommen werden kann (vgl. Schulz, 1990, S. 31 ff).

4.2. Niklas Luhmann – Die Realität der Massenmedien

„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“ (Luhmann, 1996, S. 9)

Luhmann versteht unter dem Begriff Massenmedien alle Einrichtungen der Gesellschaft, die zur Verbreitung von Kommunikation technischer Mittel der Vervielfältigung verwenden. Ein entscheidendes Kriterium der Massenkommunikation ist, dass *„keine Interaktion unter Anwesenden zwischen Sender und Empfänger stattfinden kann.“* (Luhmann, 1996, S. 11) Der Umstand, dass die Interaktion durch das Zwischenschalten von Technik ausgeschlossen wird, hat weit reichende Konsequenzen. Denn durch die Unterbrechung des unmittelbaren Kontaktes zwischen Sender und Empfänger entstehen hohe Freiheitsgrade der Kommunikation. Die Folge ist ein Überschuss an Kommunikationsmöglichkeiten, welcher nur systemintern durch Selbstorganisation und Realitätskonstruktion kontrolliert werden kann. Andererseits wird dieser Überschuss durch zwei Selektoren beeinflusst: zum einen ist das die Sendebereitschaft, zum anderen das Einschaltinteresse. Diese können aber nicht zentral koordiniert werden. Deshalb sind die Organisationen, die die Kommunikation der Massenmedien produzieren, auf Vermutungen über Zumutbarkeit und Akzeptanz angewiesen, was zur Standardisierung, aber auch Ausdifferenzierung ihrer Programme führt. Diese strukturellen Rahmenbedingungen schränken folglich das ein, was sie realisieren können (vgl. Luhmann, 1996, S. 11 f).

In weiterer Folge spricht Luhmann davon, dass von der Realität der Massenmedien in einem doppelten Sinne gesprochen werden kann. Die Realität der Massenmedien, man könnte auch sagen ihre reale Realität, besteht einerseits in ihren eigenen Handlungen. Es wird gedruckt, gelesen, Sendungen werden empfangen. Zahllose Kommunikationen entstehen, es wird darüber geredet. Nur den Technologien verdanken wir diesen Verbreitungsprozess. Die Arbeitsweise dieser Techniken strukturiert und begrenzt das, was als Massenkommunikation möglich ist. Jedoch will Luhmann die Arbeit dieser Maschinen nicht als Operation im System der Massenmedien ansehen. Vielmehr will er die Realität der Massenmedien als die in ihnen ablaufenden Kommunikationen verstanden wissen. Während die technischen Apparaturen aus der Operation des Kommunizierens ausgeschlossen werden, wird der Empfang eingeschlossen. Denn Kommunikation kann nur dann stattfinden, wenn jemand sieht, hört und liest und die Informationen soweit versteht, dass eine weitere Kommunikation möglich ist. Die Mitteilungshandlungen selbst sind also noch keine Kommunikation. Für Massenmedien ist der mitwirkende Adressatenkreis nicht einfach zu

bestimmen. Daher muss die eindeutige Präsenz in großem Umfang durch Unterstellungen ersetzt werden. Das ist vor allem dann wichtig, wenn die Umsetzung des Verstehens oder Missverstehens in weitere Kommunikation innerhalb oder außerhalb des Systems der Massenmedien mitberücksichtigt werden soll.

Man kann aber auch von einem anderen, zweiten Sinn von der Realität der Massenmedien sprechen. Nämlich im Sinne dessen, was für sie oder durch sie für andere als Realität erscheint. Bei diesem Verständnis werden die Handlungen und Tätigkeiten der Massenmedien nicht als Sequenz von Operationen angesehen, sondern als Abfolge von Beobachtungen bzw. von beobachtenden Operationen. Um dieses Verständnis von Massenmedien zu erreichen, muss das Beobachten beobachtet werden. Für die erste Verstehensmöglichkeit also genügt ein Beobachten erster Ordnung, so als ob es um Tatsachen ginge. Für das zweite vorgestellte Verständnis muss die Stellung eines Beobachters zweiter Ordnung eingenommen werden, eines Beobachters von Beobachtern.

Um diese Unterscheidung festzuhalten, spricht Luhmann von erster Realität (immer mit Bezug auf einen Beobachter) und von zweiter (beobachteter) Realität. Hier handelt es sich nun um ein Beobachten einer Realitätsverdoppelung, die im beobachteten System der Massenmedien stattfindet. Dieses System kommuniziert tatsächlich über etwas – über etwas anderes oder über sich selbst. Es kann demzufolge zwischen Selbstreferenz und Fremdreferenz unterschieden werden. Diese Unterscheidung kann nur im System selbst, nicht aber in der Umwelt stattfinden. Sie ist deshalb zwingend, da die Massenmedien nicht einfach sich selbst für die Wahrheit halten können (vgl. Luhmann, 1996, S. 12 ff).

Durch eben diese Unterscheidung zwischen Selbst- und Fremdreferenz wird die operativ produzierte Grenze des Systems, die Differenz von System und Umwelt in das System „hineinkopiert“. Durch die operative Schließung entsteht durch das System der Massenmedien eine Differenz von System und Umwelt. Aufgrund dessen ist sie gezwungen, intern zwischen Selbstreferenz und Fremdreferenz zu unterscheiden. Um diese Unterscheidung auch durchführen zu können, muss das System zuerst operieren (im Falle der Massenmedien kommunizieren), damit die auf diese Weise erzeugte Differenz intern als Schema eigener Beobachtungen verwendet werden kann.

Die Themen dienen der strukturellen Koppelung der Massenmedien mit anderen Gesellschaftsbereichen und repräsentieren somit die Fremdreferenz der Kommunikation (vgl. ebd. S. 28 f). Die Massenmedien können über ihre Themen alle Gesellschaftsbereiche erreichen, wohingegen es den Systemen der gesellschaftlichen Umwelt (Politik,

Wissenschaft, etc.) nicht immer gelingt, ihre Themen den Massenmedien anzubieten und die sachgemäße Aufnahme des Themas zu erreichen.

Die Differenz zwischen System und Umwelt ergibt sich durch einen binären Code. Dieser Code fixiert einen positiven und einen negativen Wert. Dritte Möglichkeiten werden ausgeschlossen. Der positive Wert beschreibt die im System gegebene Anschlussfähigkeit der Operationen. Der negative Code dient der Reflexion der Bedingungen, unter denen der positive Wert eingesetzt werden kann (vgl. ebd. S. 35). Anders, vereinfacht ausgedrückt: Der Code bestimmt darüber, welche Operationen zum System gehören und welche in der Umwelt des Systems ablaufen. Nach Luhmann stellt der Code der Massenmedien die Unterscheidung von Information und Nicht-Information dar (vgl. ebd. S. 36). Die Information ist der positive Wert, mit dem das System arbeiten kann. Jedoch ist auch die Information darüber, dass etwas keine Information ist, informativ. Damit dieser unendliche Regress gestoppt werden kann, ist man auf Kategorisierungen angewiesen. All das, was als Information erwartet werden kann, wird in Selektionsbereiche wie Politik, Katastrophen, Sport, usw. aufgegliedert (vgl. ebd. S. 38 f). Wichtig ist, dass sich Informationen nicht wiederholen lassen. Eine Nachricht, die zum zweiten Mal gebracht wird, verliert zwar nicht ihren Sinn, schon aber ihren Informationswert (vgl. ebd. S. 41).

Luhmann kommt in Bezug auf die Selbst- und Fremdreferenz zu dem Schluss, dass jede Erkenntnis aufgrund einer Unterscheidung von eben dieser Selbstreferenz und Fremdreferenz erarbeitet werden muss. Gleichzeitig bedeutet das, dass jede Erkenntnis, und somit auch alle Realität eine Konstruktion ist. Weiters verweist Luhmann an dieser Stelle ausdrücklich auf die Erkenntnistheorie des operativen Konstruktivismus. Genau wie die Theoretiker des Konstruktivismus geht Luhmann als Systemtheoretiker davon aus, dass kognitive Systeme nicht fähig sind, zwischen den Bedingungen der Existenz von „Realobjekten“ und den Bedingungen ihrer Erkenntnis zu unterscheiden. Sie sind deshalb nicht dazu in der Lage, weil sie keinen erkenntnisunabhängigen Zugang zu solchen „Realobjekten“ haben. Zwar wird nicht in Frage gestellt, dass es eine „Realität“ gibt, jedoch wird diese „Realität“ nicht als Gegenstand, sondern als unerreichbarer Horizont verstanden. Deshalb gibt es keine andere Möglichkeit, als Realität zu konstruieren oder die Beobachter zu beobachten, wie sie die Realität konstruieren, wie dies beim Rezipienten von Massenmedien der Fall ist (vgl. ebd. S. 17 f).

In weiterer Folge nimmt Luhmann eine genaue Analyse des Bereiches „Nachrichten- und Berichtswesen“ vor, da dieser am direktesten der Abbildung von Realität dient und auch so deklariert und wahrgenommen wird (vgl. ebd. S. 141). In diesem Bereich ist die Er- und

Verarbeitung von Information am besten und deutlichsten erkennbar. Allerdings steht hier nicht das Problem der Wahrheit im Vordergrund. Vielmehr geht es um die unvermeidliche, aber auch intendierte und geregelte Selektivität. Als Grundsatz gilt hier, dass die Information immer nur als, in welchem Ausmaß auch immer, Überraschung auftreten kann.

Für Luhmann ist das Prinzip der Selektion jenes, dass die Erfordernisse für Zwecke der Massenmedien verstärkt werden. Es muss auch mehr auf die leichte Verständlichkeit der Information für möglichst breite Rezipientenkreise geachtet werden (vgl. ebd. S 58).

Luhmann hat, wie auch Galtung und Ruge, einen Katalog aufgestellt, der die wichtigsten und typischen Selektoren der Nachrichtenauswahl zusammenfasst:

1. Die **Information muss neu sein** und die bestehenden Erwartungen übertreffen. Meldungen, die wiederholt werden, sind nicht erwünscht.
2. Bevorzugte Themen sind **Konflikte**, da sie auf eine selbsterzeugte Ungewissheit anspielen, was wiederum Spannung erzeugt.
3. Große Bedeutung haben **Quantitäten**, da sie immer informativ und eindeutig sind. Der Informationswert kann erhöht werden, indem man Vergleichszahlen hinzufügt.
4. Der **lokale Bezug** verleiht einer Information besonderes Gewicht.
5. Eine bedeutende Rolle spielen **Normverstöße**, wie zum Beispiel Rechtsverstöße, Moralverstöße oder Verstöße gegen die politische Korrektheit, welche durch die Darstellung der Medien oft den Charakter von Skandalen annehmen. Erst der Verstoß erzeugt die Norm, die durch die Berichterstattung noch verstärkt wird. Neben Meldungen über Normverstöße werden Meldungen über Außergewöhnliches bevorzugt.
6. Normverstöße werden vor allem dann zur Berichterstattung ausgewählt, wenn ihnen **moralische Bewertungen** hinzugefügt werden können. Das heißt, wenn sie eine Achtung oder Missachtung von Personen bieten können. Massenmedien haben aber die Aufgabe, den Code der Moral zu erhalten und zu reproduzieren. Damit ist gemeint, dass nur der Unterschied zwischen gutem und schlechtem Handeln reproduziert wird. Die Kriterien dafür werden vom Rechtssystem festgelegt.

7. Damit Normverstöße deutlich werden, aber auch um dem Empfänger die eigene Meinungsbildung zu erleichtern, präferieren die Medien eine **Zurechnung auf Handeln**, also auf Handelnde. Hier können komplexe Hintergründe, wie beispielsweise die Motivation der Handlungen, nicht voll thematisiert werden. Falls dies aber doch geschehen sollte, dann nach Luhmann deshalb, um Verdienste und Verschulden zu verschieben. Im Zuge dessen betont Luhmann aber auch, dass weder Handlungen noch Handelnde als empirische Fakten gelten.
8. Weil andauernde Aktualität gefordert wird, konzentrieren sich die Meldungen auf **Einzelfälle**, wie zum Beispiel Unfälle oder Katastrophen. Diese können durch Zusatzmeldungen, wie die Größe des Schadens oder den Verdacht auf Verschleierungen, aufgewertet werden.
9. In speziellen Fällen werden auch die **Äußerungen von Meinungen** als Nachricht publiziert. Hierbei handelt es sich um Ereignisse, die ohne Massenmedien gar nicht stattfinden würden. Die Medien spiegeln sich in sich selbst, was gleichzeitig als Ereignis behandelt wird.
10. Massenmedien sind Organisationen, die sich andauernd mit der Selektion befassen und eigene Routinen dafür entwickeln. Daher werden all jene **Selektoren ergänzt und verstärkt**. Die Arbeit der Massenmedien ist das An- und Einpassen von Informationen in schon vorselektierte Rubriken.

(vgl. Luhmann, 1996, S. 58 ff)

Luhmann merkt jedoch an, dass trotz der verschiedenen Selektoren im Nachrichtenwesen die Gefahr besteht, ein zu einfaches Bild der Realitätskonstruktion der Massenmedien zu erzeugen. Der Kern des Problems liegt zwar in der Selektion, die Auswahl selbst ist aber ein komplexer Vorgang, ganz egal, welchen Kriterien sie folgt (vgl. ebd. S. 74).

Die von Luhmann aufgestellten Selektoren im Nachrichtenwesen weisen zum Teil Ähnlichkeiten mit den Nachrichtenfaktoren von Galtung und Ruge auf. Eine Gemeinsamkeit besteht darin, dass die Selektoren vor allem auf Diskontinuität und Konflikt ausgerichtet sind. In der Darstellung der Gesellschaft erscheinen Brüche im zeitlichen und sozialen Kontext. Konformität oder Wiederholungen bleiben unterbelichtet.

Für Luhmann kann diese Einseitigkeit durch die Massenmedien durch die „Präferenz für moralische Wertungen“ selbst kompensiert werden. Hierzu zählt die Aufforderung seitens der Massenmedien, sich zum Beispiel gegen die Verhältnisse zu wehren, Schwierigkeiten standzuhalten, usw., wobei immer sichtbar sein muss, wer die Guten und wer die Schlechten sind. All das, was als Realität nicht ausreichend zur Geltung kommt, fällt unter den Begriff Moral. Für Luhmann ist die Moral eine Art Beifügung zur Selektivität (vgl. ebd. S. 142).

Nicht nur das Nachrichten- und Berichtswesen wirken nach Luhmann in der laufenden Gesellschaftsbeschreibung mit, sondern auch Werbung und Unterhaltung (vgl. ebd. S. 145). Auf diese wird hier aber nicht näher eingegangen, da der Inhalt dieser Arbeit hauptsächlich auf den Nachrichtenbereich abzielt. Es sei nur noch kurz erwähnt, dass die Massenmedien die Bereiche Nachrichten/Berichte, Unterhaltung und Werbung mit sehr verschiedenen Arten der Realitätskonstruktion gleichzeitig realisieren. Dieser Umstand macht es schwierig, einen Gesamteffekt zu erkennen, der auf das System der Massenmedien zurückzuführen ist. Nach Luhmann besteht die wichtigste Gemeinsamkeit darin, dass die Massenmedien im Prozess der Erarbeitung von Information zugleich einen Horizont selbst erzeugter Ungewissheit aufspannen, der durch immer weitere Informationen bedient werden muss (vgl. ebd. S. 149).

5. Sensationsjournalismus

5.1. Begriffsdefinitionen

5.1.1. Sensation

Unter dem Begriff „Sensation“ verstehen die meisten Medienkonsumenten Nachrichten über Aufsehen erregende Ereignisse. Es werden Bilder von spektakulären Rettungsaktionen, Naturkatastrophen, tragischen Unfällen und unglaublichen Zufällen mit dem Wort Sensation assoziiert.

Im 18. Jahrhundert hatte das Wort „Sensation“ noch eine ganz andere Bedeutung als heute. Während damals der Begriff in erster Linie „sinnliche Empfindung“ bedeutete, worunter die Entstehung von Gefühlen zu verstehen war, bedeutet das Wort seit dem 20. Jahrhundert „Aufsehen erregendes Ereignis“. Beide Definitionen haben gemeinsam, dass der Begriff „Sensation“ etwas mit den Sinnen und der Wahrnehmung zu tun hat. Ein Ereignis muss einen bestimmten Reiz haben, um als Sensation zu gelten. Eine Sensation springt einem sofort ins Auge, erweckt Aufsehen und Staunen, manchmal auch Entsetzen und Mitgefühl, sie spricht also Emotionen an (vgl. Kühne, 1955, S. 7 f).

Nach Kühne wird eine Sensation nur als solche erkannt, wenn es in irgendeiner Form zum Publikum gelangt. Er sieht einen Unterschied zwischen einer Sensation als Ereignis und einer Sensation als Nachricht, die er als Pressesensation bezeichnet. Gleichzeitig weist er aber auch darauf hin, dass diese nach und nach miteinander verschmelzen (vgl. ebd. S. 24).

Parragh differenziert noch deutlicher zwischen einer Sensation und einer Pressesensation. Demnach kann von einer Sensation dann gesprochen werden, wenn ein Ereignis

1. aktuell ist, d.h. es erwartet eintritt, außergewöhnlich ist und Aufsehen erregt
2. Triebe und Gefühle anspricht
3. „human-interest“-Charakter besitzt
4. möglichst internationale Bedeutung besitzt (vgl. Parragh, 1976, S. 36)

Im Gegensatz dazu ist die Berichterstattung über ein Ereignis dann eine Pressesensation, wenn

1. die Schlagzeile diesem Ereignis gewidmet ist
2. die Berichterstattung quantitativ viel Platz einnimmt
3. dem Ereignis der Aufmacher und der Leitartikel gewidmet sind
4. der Primärinformation auch Hintergrundinformationen folgen
5. das verwendete Bildmaterial zumindest zum Teil das Ereignis betrifft
6. die Quellen der Berichte möglichst vielfältig sind
7. die Berichterstattung emotionell ist
8. das Ereignis kommentiert wird
9. die Berichterstattung bei den Rezipienten Reaktionen/Emotionen auslöst (vgl. ebd. S. 36 f)

Für den Rezipienten des 20. Jahrhunderts ist eine Sensation ohne Medienbeteiligung nicht mehr vorstellbar. Dies hat zur Folge, dass er unter einer Sensation nicht das Ereignis selbst, sondern die Nachricht darüber versteht. Kühne definiert die Pressesensation bzw. die Sensationsnachricht als *„(...) eine schlagartig auftretende, aufsehererregende Nachricht über ein außergewöhnliches Ereignis, die für einzelne Menschengruppen oder die gesamte Menschheit Bedeutung besitzt. Sie ist milieugebunden, spricht Triebe und Interessen in erhöhtem Maße an und löst innere oder äußere Reaktionen aus.“* (Kühne, 1955, S. 26)

Wenn man von dieser Definition ausgeht, gibt es heute kaum noch Nachrichten, die als Sensation gewertet werden können. Denn es gibt nur wenige Nachrichten, von denen behauptet werden könnte, dass sie für die gesamte Menschheit von Bedeutung sind.

Eine „echte“ Sensation stellte zum Beispiel die Mondlandung im Jahre 1969 dar, denn zum ersten Mal in der Geschichte ging ein Mensch auf einem fremden Himmelskörper spazieren. Dieses Ereignis galt lange Zeit als ein Traum der Menschheit. Deshalb gilt die erste Mondlandung als eine Sensation, sprich als etwas Außergewöhnliches, vom normalen Alltagsleben Abweichendes, Abenteuerliches und Verwunderliches. Der spektakuläre Charakter dieses Ereignisses wurde dahingehend verstärkt, als dass die Mondlandung auch noch über das damals relativ neue Medium Fernsehen an die Öffentlichkeit gelangen konnte. Durch die Fernsehübertragung war die Skepsis an der Wahrhaftigkeit des Ereignisses äußerst gering. Denn dem Medium Fernsehen wird Forschungen zufolge die größte Glaubwürdigkeit unter den Medien zugeschrieben.

Man kann also von einer „echten“ Sensation sprechen, wenn die Nachrichten über bestimmte Ereignisse den Großteil der menschlichen Bevölkerung emotional ansprechen. Sie werden ihres Inhalts wegen zum Thema des Tages, und nicht wegen ihrer Darstellung. Allerdings ist die Wahrnehmung einer solchen Sensation ein subjektiver Vorgang. Was auf nationaler Ebene als sensationell empfunden wird, sieht man auf internationaler Sicht vielleicht überhaupt nicht als Sensation an. Deshalb ist es aufgrund dieser subjektiven Betrachtung schwierig, die „echten“ Sensationen zu bestimmen.

5.1.2. Pseudo-Sensation

Der Begriff „Pseudo“ lässt deutlich erkennen, dass es sich hierbei um etwas handelt, was nur den Anschein gibt, etwas zu sein, es in Wahrheit aber nicht ist. Eine Pseudo-Sensation ist also eine Sensation, die in Wirklichkeit keine ist. Sie soll nur den Anschein erwecken, eine zu sein. Wirft man einen Blick in die so genannten Boulevard-Zeitungen, kommt man schnell zu der Erkenntnis, dass die meisten Sensationen in diesen Medien künstlich aufgebauschte Pseudo-Sensationen sind. Solche Zeitungen leben von Nachrichten, in denen das Außergewöhnliche ständig *„in Mode ist“* (Schneider, 1984, S. 160). Der Leser wird mit Nachrichten konfrontiert, die inhaltlich nur sehr wenig zu bieten haben.

Hagemann definiert eine Pseudo-Sensation als eine *„reißerische Form der Aufmachung, die auch einem an sich unwichtigen Ereignis zuteil werden kann. Aus dem Sensationsstil als regelmäßiger Darstellungsform hebt sich der Einzelfall durch ein Spitzenaufgebot an Stilmitteln hervor, mit dem Zweck, nicht das Denkvermögen, sondern die Gefühlswelt des Empfängers gefangen zu nehmen und ihn über den Tatsachengehalt hinwegzutäuschen.“* (Hagemann, 1966, S. 154).

Eine Pseudo-Sensation trägt alle Kennzeichen einer „echten“ Sensation mit dem Unterschied, dass die Inhalte der Pseudo-Sensation irrelevant oder inaktuell sind. Sie erregt lediglich durch die bedeutsame Präsentation eines Ereignisses große Aufmerksamkeit, nicht aber wegen der Bedeutsamkeit des Ereignisses selbst.

Fakt ist, dass „echte“ Sensationen verkaufsfördernd sind. Weil sie aber viel zu selten auftreten, greifen die Medien, vor allem aber die Boulevard-Medien, zu „falschen“ Sensationen. Jedes Medium ist ein Unternehmen mit dem Ziel, Gewinne zu machen. Deshalb ist es auch nicht verwunderlich, dass die Medien Sensationen konstruieren und erfinden, wenn solche nicht vorhanden sind und ausbleiben. Jene Medien, die über „echte“

Sensationen berichten, erfüllen ihre Informationspflicht. Werden Ereignisse aber zu Sensationen aufgebauscht, wird lediglich die Aufmerksamkeit der Empfänger missbraucht. Laut Kühne ist in diesem Zusammenhang die Tatsache tragisch, dass die Rezipienten den Spekulationen der Presse zum Opfer fallen und selbst nicht mehr unterscheiden können, ob eine Nachricht tatsächlich eine Sensation ist oder eben nicht (vgl. Kühne, 1955, S. 64).

Eine Pseudo-Sensation ist im Grunde genommen eine Fehlinformation, die vom Journalisten fahrlässig und mit Absicht verbreitet wird. Zu einer Desinformation führt der unvermeidliche Selektionsprozess, den der Journalist täglich durchführen muss. Für Medien ist es unmöglich über alles, was an einem Tag auf der ganzen Welt geschieht, berichten zu können. Aufgrund der Selektionsprozesse haben also nur wenige Ereignisse die Chance, zur Nachricht zu werden. Diese Selektion beginnt schon bei den Agenturen, die die Nachrichten an die Redaktionen weiterleiten. Dieses Material wiederum, das tatsächlich in die Redaktionen gelangt, stellt nur ein kleines Abbild dessen dar, was in Wirklichkeit auf der ganzen Welt passiert ist. Laut Schneider hat der Medienrezipient nur eine leichte Ahnung davon, was ihn nach der täglichen radikalen Selektion tatsächlich erreicht. Er meint dazu, dass den Empfänger *„(...) erstens zwar das (...)“* erreicht, *„(...) worauf wir gewartet haben; zweitens aber manches, worauf niemand gewartet hat; drittens vieles, was uns eine Scheinrealität vorgaukelt; und viertens das meiste von dem nicht, was uns an irdischer Wirklichkeit interessiert oder interessiere müsste.“* (Schneider, 1984, S. 10).

5.2. Sensation als Nachricht

Das Wort Nachricht ist seit dem 17. Jahrhundert gebräuchlich. Es ersetzte den Begriff „Nachrichtung, das, wonach man sich zu richten habe, Anweisung“. Später wurde es im Sinne von „Mitteilung, Botschaft, Neuigkeit“ gebraucht. Anfang des 19. Jahrhunderts bürgerte sich das Wort „benachrichtigen“ ein. Der soziologischen Auffassung zufolge manifestiert sich die Gesellschaft durch den ständigen Nachrichtenaustausch (vgl. Koszyk, 1981, S. 195 f).

5.2.1. Merkmale der Nachricht

Die Nachricht genießt in der Tageszeitung eine bevorzugte Stellung, ihr wird der meiste Platz eingeräumt. Amerikanische Publizistikwissenschaftler sind der Meinung, dass eine Nachricht zehn Merkmale aufweisen muss, um in jedem Fall den Empfänger zu erreichen:

1. *Immediacy*: Unmittelbarkeit
2. *Proximity*: Beziehung, Nähe zum Empfänger, Affinität
3. *Consequence*: Wirkung und Einfluss versprechend
4. *Prominence*: Nachrichten sollten möglichst von Berühmtheiten handeln, nach denen eine aktuelle Nachfrage besteht
5. *Drama*: Innere Spannung
6. *Oddity*: Ursprüngliche Anziehungskraft
7. *Conflict*: Interesse erregender Konflikt
8. *Sex*
9. *Emotions*: Verlangen nach Besitz und Selbstbestätigung
10. *Progress*: Fortschrittsglaube

(Koszyk, 1981, S. 196)

„*Facts are sacred, but comment is free.*“ (ebd. S. 196)

Damit ist gemeint, dass Fakten (facts) immer streng von den Kommentaren getrennt werden müssen.

5.2.2. Merkmale der Sensation

Im Folgenden soll nun der Frage nachgegangen werden, was eine Sensation ausmacht. Oder konkreter formuliert: Was macht ein Ereignis und die Nachricht darüber zur Sensation?

5.2.2.1. Ü4 Merkmale der Sensation nach Schneider

Nach Wolf Schneider sind die Auswahl- und Aufbereitungsmethoden der Medien stark durch Sensationslüsternheit und Anomaliesucht geprägt. Folgende fünf Merkmale machen für Schneider eine Sensation aus (vgl. Schneider, 1984, 160 ff):

1) Das Brandneue

Die Boulevardmedien sind stets darum bemüht, einem Ereignis so viel Sensationelles und Neues wie möglich abzugewinnen. Aus dem ursprünglichen „Aktuellen“ ist das sich überschlagende Neue, das „Brandneue“ entstanden. Die Medien müssen täglich etwas Neues bereithalten. Etwas, das sensationell klingt und als brandneu verkauft wird. Oft entpuppt sich diese vermeintliche Sensation beim näheren Hinsehen aber als trivial und schnell vergänglich.

2) Das Hochdramatische

„Die Nachricht muss gepfeffert sein, die Schlagzeile erregend, das Bild sensationell, um gegen die Apathie der Überfütterten oder ihr verächtliches Vergessenwollen anzukommen.“
(Gehlen, 1957, S. 61)

Nach Schneider macht erst das dramatische Element aus der Neuigkeit eine Sensation. Die Journalisten bedienen sich bei der Dramatisierung eines Ereignisses der Übertreibung. Denn sie wollen aus jedem Vorfall möglichst viel herausholen. Man muss hier aber auch zwischen den Übertreibungen in der „Boulevardpresse“ und der „seriösen“ Presse unterscheiden. In Bezug auf die Boulevardmedien wird der Schaden ziemlich gering sein, weil die Leser mit den Übertreibungen rechnen können, oder müssen. Die Übertreibung in trivialen Texten ist noch erträglich, in der Unterhaltungsfunktion ist sie sogar wünschenswert. Schneider meint, dass man mit dem Mittel der Übertreibung Wettbewerbsvorteile gewinnen will.

3) Der Rekord

Vor allem im Bereich der Sportberichterstattung bemühen sich die Journalisten stets den Nervenkitzel aufrechtzuerhalten, was letztendlich den Reiz der Sportsendungen ausmacht. Um die Spannung zu maximieren, steht eine Fußballmannschaft immer wieder „vor dem wichtigsten Spiel des Jahres“ oder ein Schifahrer feiert „den größten Triumph seiner Karriere“. Die Sportler bzw. Akteure werden zu „Stars“, die Ereignisse zu „Megaevents“. Nach Krämer sind diese Superlative nicht echt, sondern synthetisch erzeugt. Ein synthetischer Superlativ unterscheidet sich von einem echten durch die Manipulation der Vergleichsbasis. So beginnt der Betrug laut Krämer *„in dem Moment, wo die Kriterien oder die Vergleichsbasis, oder beide, genau für diesen Einzelfall zurechtgeschustert worden sind. Um relativ der oder die beste zu sein, reicht es offensichtlich aus, dass alle zugelassenen Konkurrenten schlechter sind.“* (Krämer, 1991, S. 73)

4) Die Prominenz

Hier stehen prominente Personen im Mittelpunkt des öffentlichen Interesses. Zwar machen diese wichtigen Menschen nur einen winzigen Prozentsatz der gesamten Bevölkerung aus.

Trotzdem fallen auf sie bis zu 85 % der Inlandsnachrichten. Hier wird ein Machtverhältnis deutlich, denn während Durchschnittsbürger hauptsächlich in Opfer-, Täter- oder Heldenrollen in der Presse auftauchen, können prominente Personen ohne ersichtlichen und wichtigen Grund auf der Titelseite platziert werden und so als „Blickfang“ fungieren. Es gilt der Satz von Herbert Gans (1979, zit. nach Schneider, 1984, S.166 f): *„Wenn ein Präsident an einem bestimmten Tag nichts tut, kann man ihn auf dem Bildschirm beim Nichtstun beobachten (... he can be seen on our screens doing nothing).“*

5) Das Katastrophische

Das Katastrophische verbindet das Dramatische mit dem Negativen und hat die Funktion den lüsternen Schauer des Bedrohtseins zu erzeugen. Dabei handelt es sich um solche Katastrophen, die der Leser täglich auf den Seiten der Boulevardpresse zu sehen bekommt. Das sind beispielsweise Todes- und Unglücksfälle, entführte Kinder, spektakuläre Rettungsaktionen, Naturkatastrophen wie Überschwemmungen oder Waldbrände, Bombenexplosionen, Mord oder Totschlag, welche den Rezipienten erschüttern und entsetzen. Durch die Dramatisierung und Personalisierung werden die Einzelschicksale emotionalisiert. Das hat zur Folge, dass das Reflektieren über Ursachen und Gründe nebensächlich wird oder ganz ausbleibt.

5.3. 5 Indikatoren der Sensationalisierung

Ulrike Dulinski definiert 5 Indikatoren der publizistischen Technik der Sensationalisierung, welche im Folgenden näher beschrieben werden.

1. Der Aspekt des Layouts bzw. der Präsentation (Platzierung, reißerische Aufmachung)
2. Der Aspekt der Verzerrung (Übertreibung, Ausschmückung, Verfälschung)
3. Der Aspekt der Dekontextualisierung (Hintergrundlosigkeit, Detailbetonung und Spotlight-Charakter des Beitrages)
4. Der Aspekt der Serialisierung (Ereignisstreckung)
5. Der Aspekt des „Human Interest“ (personalisierte Narration)

(Dulinski, 2003, S. 80)

ad 1) Präsentation/Layout

„Reißerische“ Aufmachungen, durch starken Farbeinsatz, überdimensionale und kurze Titel, großzügiger Einsatz von Bildmaterial und wenig Text kennzeichnen das Layout einer Sensationsnachricht. Diese typografischen Hilfsmittel kommen überwiegend auf der Titelseite zum Einsatz (vgl. ebd. S. 80).

ad 2) Verzerrung

Um einen Sachverhalt zu einer Sensationsmeldung zu machen, werden bestimmte Darstellungs- und Schreibtechniken verwendet, die man allgemein als „Aufbauschen“, „Übertreiben“, „Verfälschen“ oder „Dramatisieren“ beschreiben kann (vgl. ebd. S. 81).

ad 3) Dekontextualisierung

Da die Presse nur Aktualität und keine Kontinuität kennt, ist es nicht weiter wichtig, dass der Gesamthalt einer Ausgabe einen kontinuierlichen Zusammenhang hat. Ebenso wenig wichtig ist der Zusammenhang zwischen einander folgenden Ausgaben. Der Aspekt der Dekontextualisierung und der Diskontinuität verleihen dem publizierten Ereignis etwas „Besonderes“, „Herausragendes“ und verstärken somit den sensationellen Effekt (vgl. ebd. S. 82 f).

ad 4) Serialisierung

Auf den ersten Blick betrachtet scheint es so, dass dieser Aspekt dem Aspekt der Dekontextualisierung widerspricht. Laut Autorin aber können diese beiden Aspekte auch gleichzeitig auftreten. Die Serialisierung dient dazu, die Aufmerksamkeit der Rezipienten längerfristig durch ständig neue Enthüllungen und spektakulären Ereignisdetails an das Medium zu binden. Die Serialisierung bietet sich vor allem bei jenen Ereignissen an, die einen seriellen Charakter aufweisen, wie zum Beispiel Gerichtsprozesse oder Serienverbrechen (vgl. ebd. S. 83).

ad 5) Human Interest

Dieser Aspekt beschreibt die sensationalistische Teilstrategie der Anwendung einer bestimmten Erzählstrategie oder eines speziellen narrativen Rahmens. Soziales Leben wird in personalisierter Form dargestellt. Die so genannten „Human Interest Stories“ gelten als Unterhaltungs- und Aufmerksamkeitsgarant für breite Rezipientenmassen. Die thematische Eingrenzung ist nicht klar definiert. Vorzugsweise wird aber über amüsante, bewegende oder außergewöhnliche Vorfälle oder Alltagserfahrungen berichtet (vgl. ebd. S. 83 f).

Die Autorin weist darauf hin, dass diese Kriterien das Wesen des Sensationsjournalismus nicht in ausreichender Weise kennzeichnen, da die formal-publizistischen Techniken themenunabhängig sind, und daher bei jedem Ereignis oder Sachverhalt angewandt werden können. Dulinski schlägt deshalb vor, eine Unterscheidung nach sensationsjournalistischer Berichterstattung im engeren und weiteren Sinn zu machen. Werden demnach typisch sensationelle Themen auch sensationalistisch, mittels Layout, Syntax und Framing, aufbereitet, kann von sensationsjournalistischer Berichterstattung im engeren Sinn gesprochen werden (vgl. ebd. S. 85).

Aus dieser Erläuterung ergibt sich hier die folgende Forschungsfrage:

Weist die Berichterstattung über die Waldbrände in Griechenland jene fünf Merkmale der Sensationalisierung nach Dulinski auf, und macht sie die Katastrophe somit zur Sensation?

Weiterführend ergibt sich folgende Frage:

Forschungsfrage 1:

Ist hierbei ein Unterschied zwischen der Boulevardpresse und der Qualitätspresse auszumachen bzw. erkennbar?

Bevor ich im Folgenden auf die Funktionen der Massenmedien bzw. des Sensationsjournalismus eingehe, wird nun ein kurzer Ausschnitt der Geschichte und der Entwicklung der Massenkommunikation mit dem Fokus auf Sensationsberichterstattung dargestellt, der als Einführung in die nachfolgende thematische Auseinandersetzung dienen soll.

5.4. Geschichte des Sensationsjournalismus

5.4.1. „Newe Zeytungen“ als Vorläufer der Sensationspresse

Die so genannten „Newen Zeytungen“ (Neue Zeitungen) galten als Urform der Sensationspresse. Jene Publikationen, die bereits im 16. und 17. Jahrhundert ihren Höhepunkt erfuhren, waren vor allem durch ihren Sensationscharakter geprägt. Nachrichten über Unfälle, Naturkatastrophen, Himmels- und Wundererscheinungen, Missbildungen und andere medizinische Sensationen waren Hauptthemen bei den Newen Zeytungen. Ab dem 17. Jahrhundert wurde vorwiegend über Gewaltverbrechen und Hinrichtungen geschrieben (vgl. Hartzitz, 1997, S. 149 f). Laut Hartzitz sprachen diese, nicht periodisch erscheinenden Nachrichtenblätter aufgrund ihres Sensationscharakters besonders stark die Gefühle der Menschen an.

Diese Newen Zeytungen hatten einen besonders hohen Anteil an Bildillustrationen, was nicht zuletzt auf den hohen Analphabetismus der damaligen Zeit zurückzuführen ist. Aber nicht nur deshalb, sondern auch wegen der verstärkten Aussagekraft durch diese Bilder. Auch spielte die Einhaltung bestimmter moralischer Normen eine große inhaltliche Rolle bei diesen Zeitungen. Wurde zum Beispiel in Bezug auf den sexuellen Bereich die Grenze von den Publizisten überschritten, wurden diese durch Gefängnis, Beschlagnahme oder Zerstörung der Druckerplatten bestraft (vgl. Schilling, 1990, S. 201 ff).

Laut Dulinski könnte man die Newen Zeytungen als die erste deutsche Sensationspresse betrachten und in ihnen auch den Ursprung für die Massenpresse sehen. Jedoch sei auch darauf hingewiesen, dass die Sensationsmeldungen nur einen begrenzten Anteil der Newen Zeytungen ausmachten (vgl. Dulinski, 2003, S. 108 ff).

5.4.2. Periodische Zeitungen

In der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts kam es zur Verbreitung von periodischen Zeitungen. Laut Wilke ist der Grund dafür der Anstieg der zu publizierenden Nachrichten. Die Drucker mussten nun die Zeitungen mit einer gewissen Regelmäßigkeit drucken und die Zeitungen wurden durchnummeriert. Wilke sieht darin den Anfang der Periodizität (vgl. Wilke, 2000, S. 34).

Die ersten periodischen Wochenzeitungen erschienen im Jahr 1609 in Wolfenbüttel, die erste Tageszeitung erschien 1630 in Leipzig. Aber erst um 1783 erschien die erste Tageszeitung in Wien (vgl. ebd. S. 42 f).

Diese Wochen- und Tageszeitungen erfüllten die Kriterien einer Zeitung. *„Sie waren 1) allgemein zugänglich, 2) aktuell, d.h. die Gegenwart betreffend, 3) universell, d.h. kein Thema war ausgenommen und 4) periodisch, also in regelmäßigen Abständen wiederkehrend.“* (Hedman, 1999, S. 19) Zudem erfüllten sie die von Otto Groth aufgestellten Zeitungsmerkmale: Publizität, Aktualität, Universalität und Periodizität (vgl. Groth, 1998, S. 20 ff).

Die periodischen Zeitungen des 17. Jahrhunderts wiesen einen wesentlich geringeren Anteil an Sensationsmeldungen auf als die Newen Zeytungen. Erst zu Beginn des 20. Jahrhunderts stieg der Anteil der Lokalberichterstattung und somit auch die Berichte über Kriminalität und anderen Sensationsnachrichten an (vgl. Dulinski, 2003, S. 112).

5.4.3. Intelligenzblätter und Zeitschriften

Im 18. Jahrhundert trat neben dem wachsenden Titelangebot der Presse und der gleichzeitig ansteigenden Zeitungsdichte, die neuen Gattungen „Intelligenzblatt“ und „Zeitschrift“ hinzu. Das Intelligenzblatt war nicht nur, wie der Name vielleicht vermuten lässt, für die höher gebildete Leserschaft gedacht, sondern geht aus der publizistischen Auswertung der Anzeigenwerbung hervor. Die Primärfunktion war die Anzeigenschaltung, wodurch das Blatt eine wirtschaftliche Bedeutung erhielt, da es bei der Regulierung von Angebot und Nachfrage beteiligt war (vgl. Wilke, 2000, S. 115). Eine weitere Diversifikation fand mit dem Entstehen von Zeitschriften statt. Mit ihnen entstand eine neue Gattung periodischer Druckmedien. Die Zeitschriften waren weniger streng von der Zensur überwacht und unterschieden sich weiters durch eingeschränkte Aktualität, größeren Erscheinungsintervallen und einer Spezialisierung hinsichtlich Inhalt und Publikum von den Zeitungen (vgl. ebd. S. 94).

5.4.4. Massenmedien

Wilke spricht im weiteren Verlauf der Kommunikationsgeschichte von einer „*Entfesselung der Massenkommunikation im 19. Jahrhundert*“ (Wilke, 2000, S. 155). Da der Prozess der Entstehung der Massenkommunikation im 19. Jahrhundert sehr komplex ist und die Darstellung zu umfangreich ausfallen würde, beschränke ich mich auf die im Rahmen dieser Arbeit wichtigen, sensationalistischen Merkmale der Massenkommunikation und deren Entwicklung.

Im Laufe des 19. Jahrhunderts setzte sich ein Wandel vom klassischen Meinungs- zum reinen Nachrichtenjournalismus durch (vgl. Dulinski, 2003, S. 73). Der Drang nach Nachrichten wurde aufgrund des steigenden Bildungsniveaus in der Bevölkerung und der demokratischen Gesellschaftsform immer stärker. Durch die technischen Fortschritte der Nachrichten- und Drucktechnik konnte dieses Verlangen gestillt werden.

So wurde 1833 beispielsweise das erste „Penny Paper“ in den USA gegründet. Die „New York Sun“ erzielte durch ihre Polizeiberichte große Erfolge.

In Frankreich begann die Ära der billigen Massenblätter ca. 30 Jahre später. Um ihre Auflage zu erhöhen und die Konkurrenten zu übertrumpfen, begannen die einzelnen Zeitungen mit professionellen Recherchen nach sensationellen Themen für ein Massenpublikum.

Diese Entwicklung war aber nicht nur in der französischen Presselandschaft zu sehen. Auch auf den amerikanischen und den gesamten europäischen Pressemärkten verstärkte das Vordringen populärer billiger Massenblätter den Warencharakter von Information. Aus den ursprünglichen Anbietermärkten wurden Käufermärkte, professionelles Zeitungsmachen wurde zunehmend als Dienstleistung für den Leser gesehen und das Eingehen auf die angenommenen Leserbedürfnisse wurde zum Grunddogma im Zeitungswettbewerb (vgl. ebd. S. 76).

Das Hauptziel der immer stärker konkurrierenden Massenblätter im 19. Jahrhundert war die größtmögliche Verbreitung, was einen besonders niedrigen Erwerbspreis und eine weitgehende Anpassung an die Wünsche der breiten Masse erforderte. Schon damals, und auch heute noch, bedeutete „massenattraktiv zu sein“ in den Augen vieler Medienexperten, einer angenommenen Sensationsgier des Publikums entsprechen zu müssen (vgl. ebd. S. 79).

5.5. Funktionen des Sensationsjournalismus

5.5.1. Funktionen der Massenmedien

Die Verwendung des Begriffs „Funktion“ in den Sozialwissenschaften ist problematisch, da er mehrere Bedeutungen hat. Die Palette medialer Funktionen ist so umfassend, dass Systematisierungen nicht immer leicht fallen und der Begriff „Funktion“ unklar erscheint. Grundsätzlich wird aber zwischen Funktionen, die den Medien von der Gesellschaft zugewiesen werden und zu deren Erfüllung sie verpflichtet sind, und zwischen jenen, die die Medien für den einzelnen oder die gesellschaftlich relevanten Gruppen zu erfüllen in der Lage sind, unterschieden. Die individuellen Leistungen der Massenmedien liegen auf dem affektiven, kognitiven und sozialen Gebiet. Hingegen sind die integrativen Systemleistungen normativ, das heißt sie ergeben sich aus den jeweiligen Gesellschaftsverfassungen und deren Forderungen an das System. Funktionen werden in der Regel als positiv bewertet; sie werden als systemstabilisierend und konstitutiv angesehen (vgl. Haas, 1990, S. 157).

Für Merten sind Funktionen eine gewisse Art von Wirkungen. Auf die Massenkommunikation bezogen bedeutet dies, dass jene Leistungen in den Mittelpunkt rücken, welche die Massenmedien für das jeweils ausgewählte Gesellschaftssystem erfüllen. *„Gegen den Funktionsbegriff lässt sich der Begriff der Wirkung dadurch abgrenzen, dass er grundsätzlich nur auf Individuen bezogen wird, während der diffusere Begriff der Funktion vorzugsweise auf größere soziale Aggregate, insbesondere auf die Gesellschaft, bezogen wird.“* (Merten, 1994, S. 293)

Merten unterscheidet „funktionale“ und „dysfunktionale“ Leistungen. *„Als Funktion (oder funktional) gelten immer diejenigen Folgen eines sozialen Elements (z.B. einer Handlung), die die Anpassung eines gegebenen Systems an seine Umwelt fördern; während diejenigen Konsequenzen, die die Anpassung eines Systems beeinträchtigen bzw. mindern, als Dysfunktion (oder dysfunktional) bezeichnet werden.“* (Merten, 1967, S. 195, zit. nach Burkart, 2002, S. 380) Es kann auch sein, dass derselbe soziale Sachverhalt eine funktionale als auch dysfunktionale Leistung darstellt.

Massenmedien haben den oben angeführten Definitionen zufolge bestimmte Funktionen zu erfüllen, die sie sich teilweise selbst zuschreiben, und teilweise von der Gesellschaft zugewiesen bekommen. Allgemein formuliert haben die Massenmedien folgende Aufgaben:

sie sollen informieren, kommentieren, bilden und unterhalten. Heinz Pürer fasst die wichtigsten Funktionen der Massenmedien in sechs Punkten zusammen:

1. Herstellung von Öffentlichkeit: Die Massenmedien sollen gesamtgesellschaftliche Phänomene, wie beispielsweise politische Entscheidungen, transparent machen und eine politische Meinungsbildung ermöglichen.
2. Massenmedien sollen Kritik und Kontrolle ausüben: das gesamtgesellschaftliche Umfeld soll kritisch beobachtet werden, aber auch das Medienfeld selbst soll kritisiert und kontrolliert werden.
3. Massenmedien sollen Sozialisationsfunktionen ausüben: Sie sollen zur gesamtgesellschaftlichen Integration beitragen. Dies soll durch Prägung von gesellschaftlichen Normen und Verhaltensweisen geschehen. Jedem Einzelnen soll die Eingliederung in das soziale Umfeld ermöglicht und erleichtert werden.
4. Massenmedien haben eine Kultur- und Bildungsfunktion: Kunst, Kultur und Brauchtum sollen vermittelt werden. Zur Wissenserweiterung und Volksbildung soll über alle Bildungswege beigetragen werden.
5. Die Massenmedien sollen unterhalten: Sie sollen dadurch zur Entlastung, Entspannung und kreativen Freizeitgestaltung beitragen.
6. Die Werbefunktion in den Massenmedien soll Werbebotschaften und Werbeinhalte übermitteln.

(vgl. Pürer, 1993, S. 76 f)

Roland Burkart zeigt eine Übersicht der Funktionen der Massenmedien. Als zentrale Leistung der Massenmedien sieht er die Informationsfunktion, die alle Leistungen der Funktionsbereiche der Massenmedien (soziale, politische und ökonomische) umfasst.

FUNKTIONEN DER MASSEN MEDIEN		
soziale	politische	ökonomische
Informationsfunktion		
Sozialisations- funktion soziale Orien- tierungsfunktion Rekreati- onsfunktion (Unterhaltung, Eskapismus) Integrations- funktion	Herstellen von Öffentlichkeit Artikulations- funktion politische Sozialisations- bzw. Bildungs- funktion Kritik- und Kontrollfunktion	Zirkulations- funktion +Wissens- vermittlung + Sozial- therapie +Leditima- tionshilfe regenerative Funktion Herrschaftliche Funktion
soziales	politisches	ökonomisches
GESELLSCHAFTLICHES SYSTEM		

Abb. 1: Burkart, 2002, S. 382

5.5.2. Funktionen des Sensationsjournalismus

Nachfolgend soll erläutert werden, inwieweit der Sensationsjournalismus in der Lage ist, diese Funktionen der Massenmedien zu erfüllen. Da die Unterhaltungsfunktion als Primärfunktion des Sensationsjournalismus gilt, wird sie etwas genauer beschrieben. Weil es in der kommunikationswissenschaftlichen Literatur wenige Aussagen über die Funktionen des Sensationsjournalismus gibt, wird hier der Versuch unternommen, diese Funktionen zu beschreiben.

An dieser Stelle muss noch erwähnt werden, dass die Frage nach den Leistungen des Sensationsjournalismus in erster Linie aus Sicht des Rezipienten gestellt wird. Es geht um die Bedürfnisse des Rezipienten, die durch den Sensationsjournalismus befriedigt werden können, sowie um die Frage nach den Mitteln, die vom Sensationsjournalismus eingesetzt werden, um dieses Ziel zu erreichen.

5.5.2.1. Soziale Funktion

Mit sozialen Funktionen meint Burkart *„(...)all jene Leistungen der Massenmedien, die diese im Hinblick auf die gesellschaftliche Umwelt als soziales System erbringen bzw. erbringen sollen.“* (Burkart, 2002, S. 383)

Diese sozialen Funktionen sind die Sozialisationsfunktion, die Orientierungsfunktion, die Rekreationsfunktion oder auch Gratifikationsfunktion, und die Integrationsfunktion.

Die Massenmedien vermitteln Denk- und Verhaltensweisen, welche das Leben in der unüberschaubaren Gesellschaft ermöglichen und erleichtern sollen (Sozialisationsfunktion). Sie versorgen uns täglich mit einer Fülle von Informationen und tragen dadurch zu einer besseren Orientierung bei (Orientierungsfunktion). In Bezug auf den Sensationsjournalismus muss allerdings darauf hingewiesen werden, dass die Verbreitung von trivialen Nachrichten, die manchmal lediglich Gerüchte sind, wohl kaum zur Orientierung beitragen. Vielmehr verursachen sie bei den Rezipienten eine Desorientierung und Zerstreuung. In diesem Fall hätten sie eher dysfunktionale Folgen.

Indem die Medien dem Rezipienten helfen, die alltäglichen Sorgen nach einem stressigen und ermüdenden Arbeitstag zu vergessen, kommen sie auch dem Bedürfnis nach Zerstreuung und Ablenkung, Entspannung und Erholung entgegen (Rekreations- oder Gratifikationsfunktion). Die Klatschberichterstattung der unterhaltenden Medien, aber auch Unglücke oder emotionale Einzelschicksale lenken vom Alltag ab und tragen zur Erholung und Entspannung des Publikums bei.

Da wir in einer durch vielfältige Interessen differenzierten Gesellschaft leben, in der ständig die Gefahr einer Desintegration besteht, muss es daher ein gesellschaftliches Ziel sein, Integration herzustellen. In industriellen Großgesellschaften kann Integration nur mehr mit Hilfe der Massenmedien erreicht werden. Auch im privaten Bereich können die Medien integrativ wirken. So können Medienaussagen für Gesprächsstoff in der Familie oder am Arbeitsplatz sorgen. Aufsehen erregende und viel publizierte Nachrichten erfüllen in der direkten Kommunikation durchaus eine Integrationsfunktion. Sie sorgen für kollektive Empörung, die vom Sensationsjournalismus angestrebt wird, und tragen somit zu einem Gemeinschaftsgefühl bei. Der Sensationsjournalismus verbreitet und verstärkt auch die Denk- und Verhaltensweisen der Rezipienten, die sowohl integrativ (normgerechtes Verhalten) als auch desintegrativ (z.B. Rassismus, Ausländerfeindlichkeit) sein können (vgl. Burkart, 2002, S. 383 ff).

5.5.2.2. Politische Funktion

Unter politischen Funktionen versteht Burkart „(...) *all jene Leistungen der Massenmedien, welche diese im Hinblick auf die gesellschaftliche Umwelt als politisches System zu erbringen haben.*“ (Burkart, 2002, S. 390)

Hierzu zählen das Herstellen von Öffentlichkeit, die Artikulationsfunktion, die politische Sozialisationsfunktion und die Kritik- und Kontrollfunktion.

Die Medien stellen Öffentlichkeit her, indem sie Informationen durch die Massenmedien veröffentlicht, also öffentlich zugänglich macht. In Bezug auf den Sensationsjournalismus muss aber betont werden, dass die Medien versuchen, ihren thematisierten Ereignissen soviel Gewicht wie nur möglich zu geben. Durch das Verwenden von aufmerksamkeitsregenden Mitteln sind sie in der Lage dieses Ereignis in den Mittelpunkt der Öffentlichkeit zu stellen. Jedoch kann durch das Mittel der Emotionalisierung das Bewusstsein für ein bestimmtes Thema sensibilisiert werden. Ob es sich hier also um eine politische Funktion der Massenmedien oder vielleicht doch um eine Beeinflussung der öffentlichen Meinung handelt, muss dahingestellt bleiben (vgl. Hedman, 1999, S. 83).

Auch stellt die Einseitigkeit der in den Sensationsmedien veröffentlichten Informationen ein Problem dar. Die Artikulationsfunktion etwa kann erst dann erfüllt werden, wenn Meinungsvielfalt gegeben ist. Die Sensationsjournalisten täuschen eine Kritik- und Kontrollfunktion vor, indem sie beispielsweise Missstände der Gesellschaft aufzeigen, selbstproduzierte Skandale enthüllen oder Politikeraussagen mit Ausrufezeichen versehen. Demnach ist der Sensationsjournalismus tatsächlich nicht in der Lage, politische Funktionen zu erfüllen.

5.5.2.3. Ökonomische Funktion

Mit ökonomischen Funktionen meint Burkart „(...) *all jene Leistungen der Massenmedien, welche diese im Hinblick auf die gesellschaftliche Umwelt als ökonomisches System erbringen.*“ (Burkart, 2002, S. 397) Mit ökonomischem System ist hier das kapitalistische System gemeint.

Hierzu zählen die Zirkulationsfunktion, die regenerative Funktion und die herrschaftliche Funktion.

Aus Sicht des Sensationsjournalismus enthält die Zirkulationsfunktion drei weitere Leistungen: die Wissensvermittlung, die Sozialtherapie und die Legitimationshilfe. Mit diesen Funktionen erfüllen die Medien die Gebrauchswertansprüche der Rezipienten. Vor allem die

Sozialtherapie und die Legitimationshilfe werden von der Unterhaltungskommunikation, zu welcher der Sensationsjournalismus deutlich gezählt werden muss, erfüllt. Die unterhaltenden Inhalte bieten dem Rezipienten eine Entlastungs- und Kompensationsmöglichkeit für die eigene soziale Lage. Emotionale und schicksalhafte Nachrichten erwecken zwar Mitleid, sie verhelfen aber auch zu einer besseren Akzeptanz der eigenen Lage. Denn beim Lesen entsteht das Gefühl „Mir selbst geht es eigentlich gar nicht so schlecht“. Durch den Vergleich der eigenen Situation mit dem in den Medien thematisierten Ereignis wird das Selbstwertgefühl gesteigert (vgl. ebd. S. 399).

Nach Holzer werden durch den Konsum von unterhaltenden Inhalten kognitive und emotive Dissonanzen aufgebaut, welche durch die Sozialtherapie- und Legitimationshilfefunktion wieder abgebaut werden können. Dabei soll verdeutlicht werden, dass die Wunschwelt der Medien auch ihre Tücken hat und das Verlangen nach einem gesellschaftlichen Leben, welches eine befriedigende Erfahrung der eigenen Existenz garantiert, im Prinzip unsinnig ist (vgl. Holzer, 1973, S. 156).

Die regenerative Funktion besteht nach Burkart darin, dass die Informations- und Unterhaltungsansprüche der Rezipienten der Masse der arbeitenden Menschen jenen Ausgleich gibt, den sie braucht, um einigermaßen entspannt, erholt und motiviert wieder an die Arbeit zu gehen (vgl. Burkart, 2002, S. 402).

6. Empirische Untersuchung

6.1. Untersuchungsdesign

Die folgende empirische Untersuchung beschäftigt sich mit den redaktionellen Beiträgen zum Thema „Waldbrände in Griechenland“, die im Zeitraum von einem Monat in zwei österreichischen Tageszeitungen, nämlich einer Qualitäts- und einer Boulevardzeitung, erschienen sind. Die publizierten Beiträge werden einer Kombination aus qualitativer und quantitativer Inhaltsanalyse unterzogen. Das Ziel dieser Analyse ist es, wie die Printmedien über die Waldbrände berichtet haben, ob sachlich und informativ berichtet wurde, oder ob die Zeitungen zu einer emotionsgeladenen, wenn nicht sogar sensationellen Berichterstattung neigten.

6.1.1. Methode

Wie bereits erwähnt wird eine Kombination aus qualitativer und quantitativer Inhaltsanalyse für die Untersuchung herangezogen. Gegenstand der sozialwissenschaftlichen Methode der Inhaltsanalyse sind Kommunikationsinhalte, sei es in Form von Texten, Sprache und Bildern oder auch in Form von Filmen und Musik, vorausgesetzt, sie lassen sich in irgendeiner Weise textlich abbilden. Merten definiert die Inhaltsanalyse als *„(...) eine Methode zur Erhebung sozialer Wirklichkeit, bei der von Merkmalen eines manifesten Textes auf Merkmale eines nichtmanifestierten Kontextes geschlossen wird“* (Merten, 1995, S. 15). Grundsätzlich wird zwischen qualitativer und quantitativer Vorgehensweise unterschieden. *„Sobald Zahlbegriffe und deren In-Beziehung-Setzen durch mathematische Operationen bei der Erhebung oder Auswertung verwendet werden, sei von quantitativer Analyse zu sprechen, in allen anderen Fällen von qualitativer Analyse.“* (Mayring, 1994, S. 16)

Die beiden Formen der Inhaltsanalyse schließen einander aber nicht aus. In qualitativen Analysen können durchaus quantitative Elemente vorkommen. Zu Beginn einer empirischen Untersuchung stellt sich immer die Frage „Was will ich eigentlich untersuchen?“. Auf das zu untersuchende Material wird ein Kategorienschema angewandt, welches zuerst aufgestellt werden muss. Die Kategorien müssen also erarbeitet, definiert und am Material ausprobiert werden. Dieser Prozess ist ein qualitativer Vorgang. Erst nach diesem Schritt können weitere

qualitative oder quantitative Vorgehensweisen vorgenommen werden. Die Ergebnisse der qualitativen bzw. quantitativen Analyse müssen im Folgenden definiert und auf die Fragestellung bezogen werden. Dies passiert durch Interpretationen, die wiederum qualitative Arbeitsschritte darstellen (vgl. Mayring, 1994, S. 19).

Durch die Verknüpfung von qualitativer und quantitativer Methode ergeben sich immense Vorteile, nicht nur für die vorliegende Arbeit. Quantitativ messbare Bereiche, wie etwa die Anzahl der zu den Waldbränden erschienen Beiträge, können durch qualitativ messbare Bereiche, wie etwa Inhalt und Tonalität der Beiträge, ergänzt werden. Durch die Verbindung beider Formen der Inhaltsanalyse bekommt man Ergebnisse, die man mit einem Ansatz allein nicht erhalten würde.

6.1.2. Untersuchungsgegenstand

Die Untersuchungsobjekte, die für die vorliegende Arbeit herangezogen wurden, sind die „Kronen Zeitung“ und „Der Standard“.

6.1.2.1. Kronen Zeitung

Die erste Ausgabe der Kronen Zeitung erschien am 2. Jänner 1900. Gustav Davis gilt als ihr Gründer. Bekannt wurde sie aber erst durch die Berichterstattung vom „Königsmord zu Belgrad“. Im Jahr 1906 erschien das Blatt erstmals in einer Auflagenhöhe von 100.000 Exemplaren. Mit der Gleichschaltung durch die Nationalsozialisten musste die Zeitung am 31. August 1944 geschlossen werden. Damit schien das Schicksal des Blattes besiegelt. Im Jahr 1959 kaufte der österreichische Journalist Hans Dichand die Rechte am Titel „Kronen Zeitung“ und ließ das Blatt als „Neue Kronen Zeitung“ wiederauferstehen. Mittlerweile ist die Kronen Zeitung die auflagenstärkste Boulevardtageszeitung Österreichs. Sie erscheint täglich im traditionellen DIN A4-Papierformat. Für jedes Bundesland gibt es mindestens eine eigene Ausgabe der Zeitung, bei denen jeweils der Lokalteil variiert.

6.1.2.2. Der Standard

Der Standard wurde im Jahr 1988 von Oscar Bronner als Wirtschaftszeitung gegründet. Die erste Ausgabe erschien am 19. Oktober 1988. Oscar Bronner ist bis heute der Herausgeber und nominell auch der Chefredakteur. Der Standard ist eine österreichische überregionale Tageszeitung, bei der aber in der Vergangenheit eine starke Fokussierung auf Wien nicht zu leugnen war. Mittlerweile nimmt diese Fokussierung durch die eigenen Redaktionen in den verschiedenen Bundesländern durch eigene Regionalteile ab. Der Standard erscheint täglich, außer Sonntag, im Berliner Format.

6.1.2.3. Reichweite

Im Jahr 2006 erreichte die Kronen Zeitung laut Österreichischer Media-Analyse täglich im Durchschnitt 3.031 Millionen Menschen, das entspricht einer Reichweite von 43,8 %. Die Krone hatte damit fast dreimal so viele Leser wie ihre stärkste Konkurrenzzeitung, die Kleine Zeitung, die im Vergleich 12,2 % bei 847.000 Lesern im Jahr 2006 erreichte (vgl. <http://www.castelligasse.at/Werbetechnik/Media-Analyse/media-analyse.htm>, Stand 08.01.2008).

Der Standard hingegen erreichte im Jahr 2006 laut Österreichischer Media-Analyse eine Leserschaft von 341.000 Menschen. Das entspricht einer Reichweite von 4,9 %. Damit ist die Reichweite der Krone fast neunmal größer als die des Standards (vgl. <http://www.castelligasse.at/Werbetechnik/Media-Analyse/media-analyse.htm> Stand 08.01.2008).

6.1.3. Exkurs: Qualität vs. Boulevard

Da die Unterschiede in der Berichterstattung zwischen Boulevard- und Qualitätsmedien einen wesentlichen Bestandteil der folgenden Analyse darstellt, möchte ich an dieser Stelle eine kurze Gegenüberstellung der Merkmale von Boulevard- und Qualitätsmedien aufzeigen bzw. einige Überlegungen zur Qualitätsfrage im Journalismus darstellen.

„Qualität im Journalismus definieren zu wollen, gleicht dem Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln.“ (Stephan Ruß-Mohl, zit. nach Huber, 1998, S. 53). Diese Aussage tätigte

der Journalismusforscher im Zuge seiner Untersuchungen zur Qualität und Qualitätssicherung im Journalismus. Auch Gianluca Wallisch ist der Meinung, dass sich journalistische Qualität nur sehr schwer operationalisieren lässt, und ein weitgehender Mangel an systematischer und wissenschaftlicher Literatur zur Qualitätsdiskussion in der Journalismusforschung vorherrscht (vgl. Wallisch, 1995, S. 96). Karmasin ist der Ansicht, dass zwischen den Dimensionen journalistischer Qualität und auch zwischen deren funktionellen Ausprägungen, nämlich der ökonomischen, ästhetischen und ethischen Qualität, unterschieden werden muss. Für Karmasin ist ökonomische Qualität dann gegeben, wenn ein Produkt bestimmte zweckrationale Bedingungen erfüllt bzw. wenn es gut verkaufbar ist. Das heißt, der Markt entscheidet über das Vorliegen von Qualität. Ästhetische Qualität wird dann erreicht, wenn das Medium dem individuellen Geschmack des Empfängers gerecht wird. Kriterien hierfür sind zum Beispiel Lesbarkeit, Visualisierung oder Gewichtung. Ethische Qualität liegt dann vor, wenn mit den Normen journalistischer bzw. medialer Ethik Übereinstimmung hergestellt wird (vgl. Karmasin, zit. nach Huber, 1998, S. 54). Die eigentliche Problematik der journalistischen Qualitätssicherung jedoch besteht in der Diskrepanz zwischen Markt und Moral. Somit werden journalistische Produkte als „Ware“ angesehen. Laut Wallisch muss der Journalismus, der sich der Qualität als Priorität verpflichtet, demnach das kommerzielle Denken unterlassen. Aber das ist nur ein Qualitätsmerkmal von Journalismus. Ein weiteres Merkmal für Qualität wäre die Einhaltung der Objektivität, besonders im Bereich des investigativen Journalismus. Bei ästhetisch orientierten Formen des Journalismus, wie etwa der Reportage oder dem Feuilleton, stellt die Gestaltung das primäre Qualitätsmerkmal dar (vgl. Wallisch, 1995, S. 96 f). Demnach kann man daraus schließen, dass sich der Journalismus und seine Qualitäten nicht homogenisieren lassen. Zwar wurden in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit diesem Thema einige Kriterienkataloge⁶ erstellt, dennoch kommt Ruß-Mohl zu dem Ergebnis, dass es einen Qualitätsmaßstab nicht gibt bzw. nicht geben kann. Für ihn ist die Qualität von sechs Variablen abhängig: dem Selbstverständnis der Journalisten, dem Medium, der Aktualität/Periodizität, dem Genre, dem Publikum/Zielgruppe und den Funktionen (vgl. Ruß-Mohl, zit. nach Huber, 1998, S. 58).

Wallisch kritisiert jedoch, dass bei der Auseinandersetzung mit den Konzepten des Journalismus der Eindruck entsteht, dass Qualitätskriterien meistens einfach vorausgesetzt werden und eine fundierte Argumentation, warum bestimmte Formen bestimmte Merkmale aufweisen müssen, nur vage beschrieben werden bzw. zur Gänze fehlen⁷ (vgl. Wallisch, 1995, S. 99).

⁶ vgl. hierzu Hubers Übersicht zu den verschiedenen Kriterienkatalogen (Huber, 1998, S. 55 f).

⁷ Eine Ausnahme stellt für Wallisch das Modell von Saxer und Kull dar, da hier der Journalismus gesamtheitlich betrachtet wird (vgl. Wallisch, 1995, S. 99).

So wie es Übereinstimmung über die verschiedenen Qualitätskriterien des Journalismus gibt, so scheint es auch eine Übereinstimmung darüber zu geben, was eine Qualitäts- bzw. eine Boulevardzeitung ausmacht. In vielen Abhandlungen finden sich die grundlegenden Merkmale und Unterschiede zwischen diesen beiden Formen, was nun im Folgenden exemplarisch dargestellt werden soll.

6.1.3.1. Boulevardzeitungen

Der Begriff „Boulevard“ weist auf die Vertriebsart und Verkaufsweise des Produktes hin, nämlich auf den Straßenverkauf. Diese Art des Verkaufs erforderte eine reißerische und sensationalistische Aufmachung bzw. Aufbereitung, um potentielle Leser auf der Straße anzusprechen. An diesem sensationalistischen Stil hat sich bis heute nichts geändert. Die Nachrichtenauswahl erfolgt aufgrund des vermuteten Interesses des Publikums. Deshalb dominieren in Boulevardmedien emotionsgeladene Identifikationsangebote (Human Interest). Beiträge über Prominente, Gewalt, Verbrechen, Katastrophen, Schicksale und Sport nehmen in diesen Medien mehr Platz ein, als zum Beispiel Politik oder Wirtschaft. Formal gesehen werden bei Boulevardzeitungen prägnante Schlagzeilen, unterschiedliche Schriftgrößen und viele Bilder eingesetzt, um den Leser anzusprechen. Einfache und kurze Sätze, ein sehr umgangssprachlicher Stil, Reizwörter, die Verwendung von Adjektiven und eine bildliche Sprache charakterisieren die Boulevardpresse. Das Ziel dieser Aufmachung ist es, der schnellen Verständlichkeit und der Emotionalisierung zu dienen. Die Boulevardmedien, wie andere Medien auch, das Ziel, die Aufmerksamkeit und das Interesse des Publikums auf sich zu ziehen und darüber hinaus eine längerfristige „Leser-Blatt-Bindung“ zu erzielen (vgl. Burkhardt, 2005, S. 31 f).

6.1.3.2. Qualitätszeitungen

Der Qualitätsjournalismus stellt das genaue Gegenteil des Boulevardjournalismus dar. Hier wird auf die reißerische Aufmachung verzichtet, Priorität hat die auf jeden Fall die Information vor der Unterhaltung. Die Ereignisse werden nach Richtigkeit und Relevanz und nicht nach sensationellem Gehalt ausgewählt. Die Qualitätspresse stellt sich selbst höhere Ansprüche bzgl. Objektivität und Einhaltung ethischer Richtlinien. Weiters kann sie durch einen zurückhaltenden Stil charakterisiert werden, indem zum Beispiel der Titelseite keine allzu große Bedeutung zukommt, weniger Bilder verwendet und Schlagzeilen nicht so

emotionsgeladen und überproportional groß gestaltet werden. Nicht nur formal, sondern auch inhaltlich unterscheidet sich die Qualitätspresse von der Boulevardpresse. Erstere legt größeren Wert auf die Hintergrundberichterstattung, die strikte Trennung von Nachricht und Meinung wird geachtet und die Quellen der Nachricht werden mitgeteilt. Stilistisch charakterisiert sich die Qualitätszeitung durch komplexere Satzstrukturen und die Verwendung von mehr Fremdwörtern (vgl. Neissl/Siegert/Renger, 2001, S. 100 f).

6.1.4. Untersuchungszeitraum

Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich auf die Zeit vom 01.-31. August 2007. Die Festlegung dieses Zeitraums ist damit zu begründen, als dass die Waldbrände in Griechenland zu diesem Zeitpunkt bereits gewütet haben und auch danach noch kein Ende in Sicht war. Die Überlegung dabei war, dass ein Zeitraum genommen wird, in dem bereits über die Brände berichtet wurde, um herauszufinden, wie groß das mediale Interesse an dieser Katastrophe noch zwei Monate später, also nach Beginn der Brände, ist. Aufgrund ihrer Erscheinungsweise wird die „Kronen Zeitung“ von Montag bis Sonntag, inklusive der „Krone bunt“, analysiert, während „Der Standard“, aufgrund eine Doppelausgabe für Samstag und Sonntag, nur sechs Mal pro Woche erscheint.

6.1.5. Untersuchungseinheit

Zur Analyseeinheit zählen alle redaktionellen Beiträge zum Thema „Waldbrände in Griechenland“. Leserbrief, Leserfragen sowie Leserkommentare werden Leserkommentare werden zwar zur Veranschaulichung bei der quantitativen Analyse miteinbezogen, bei der qualitativen Erhebung werden sie jedoch nicht berücksichtigt, da diese eine subjektive Meinung darstellen und nicht zur objektiven Berichterstattung gezählt werden können. Dies ist abhängig von den einzelnen Kategorien.

Für die Analyse wird bei der „Kronen Zeitung“ die Bundesland-Ausgabe für Wien herangezogen. An dieser Stelle muss auch erwähnt werden, dass die „Kronen Zeitung“ an sieben Tagen pro Woche erscheint, während „Der Standard“ nur sechs Ausgaben pro Woche veröffentlicht, da die Wochenendausgabe für Samstag und Sonntag gemeinsam erscheint. Dieser Umstand kann womöglich dazu führen, dass in der „Kronen Zeitung“ mehr Beiträge zu den Waldbränden erschienen sind, als in der Zeitung „Der Standard“.

Weiters werden Supplements wie die „Krone bunt“ und „Rondo“ auch in die Analyse miteinbezogen.

6.1.6. Kategorienschema

Um die zuvor gestellten Forschungsfragen beantworten zu können, wurde für die Untersuchung ein System von 14 Kategorien entwickelt. Insgesamt wurden 46 Beiträge inhaltsanalytisch ausgewertet. Die kategorische Unterteilung der untersuchten Beiträge sieht wie folgt aus:⁸

1. Anzahl der Beiträge nach Medium
2. Datum
3. Länge der Beiträge
4. Platzierung der Beiträge
5. Darstellungsform
6. Bilder
7. Interviewpartner/Quellen
8. Inhalt
9. Ton der Berichterstattung
10. Schlagzeile
11. Einschätzung der Brände und ihre Folgen
12. Personalisierung
13. Valenz
14. Bewertung des Analysematerials
15. Sensationalisierung der Beiträge

Diesem Schema von 15 untersuchungsrelevanten Kategorien liegen insgesamt 67 Variablen, nach welchen die Beiträge analysiert wurden, zugrunde.

Im Folgenden werden nun die einzelnen Kategorien des Codebogens mit den jeweiligen Variablen nochmals genau besprochen und wenn nötig definiert, um die wissenschaftliche Operationalisierbarkeit zu gewährleisten.

⁸ Details siehe Codebogen im Anhang.

6.1.6.1. Anzahl der Beiträge nach Medium

Diese Kategorie wurde in die Analyse miteinbezogen, da sie Aufschluss darüber geben soll, wie viele Beiträge in den einzelnen Tageszeitungen über die Waldbrände erschienen sind, also welche Zeitung größeres mediales Interesse an dieser Katastrophe hatte.

6.1.6.2. Datum

Diese Kategorie wurde deshalb in die Analyse miteinbezogen, um Veränderungen des Berichterstattungsumfangs zum Thema „Waldbrände in Griechenland“ im Laufe der untersuchten Zeit feststellen zu können. Das Datum gibt Aufschluss darüber, ob kontinuierlich berichtet wurde, oder ob die Berichterstattung rund um die Waldbrände ereignisfixiert war. Diese eventuellen Veränderungen des Berichterstattungsumfangs werden grafisch dargestellt. Um die auch veranschaulichen zu können, werden die Beiträge zu den Waldbränden wochenweise zusammengefasst. Es ergeben sich hier also fünf Einheiten (1. Woche: 1. August – 7. August, 2. Woche: 8. August – 14. August, 3. Woche: 15. August – 21. August, 4. Woche: 22. August – 28. August, 5. Woche: 29. August – 31. August), wobei die letzte Einheit nur drei Tage beinhaltet.

6.1.6.3. Länge der Beiträge

Als Erweiterung zur Kategorie „Anzahl der Beiträge“ wird die Kategorie „Länge der Beiträge“ analysiert. Sie soll dazu dienen, um einen formalen Vergleich zwischen Boulevard- und Qualitätszeitung aufzustellen und aufzuzeigen, wie viel Platz die jeweiligen Medien dem Thema „Waldbrände in Griechenland“ eingeräumt haben.

Eine genaue Zählung der Wörter oder Anschläge wird nicht vorgenommen. Diese Kategorie beinhaltet die Variablen „kurz“, „mittel“ und „lang“. Ein Beitrag wird als kurz angesehen, wenn er weniger als $\frac{1}{4}$ Seite bzw. bis zu $\frac{1}{4}$ Seite einnimmt. Ein mittellanger Beitrag umfasst die Größe von $\frac{1}{4}$ Seite bis zu einer $\frac{3}{4}$ Seite. Als lang werden all jene Beiträge angesehen, die größer als eine $\frac{3}{4}$ Seite sind. An dieser Stelle muss allerdings festgehalten werden, dass die Variablen „kurz“, „mittel“ und „lang“ aufgrund der verschiedenen Formate der analysierten Tageszeitungen einen unterschiedlichen Umfang besitzen können. Allerdings bleibt die Bedeutung der Kategorien innerhalb der jeweiligen Zeitung bezüglich der Gewichtung durch die Länge der Beiträge gleich und kann eben durch diese Längenmerkmale unterschieden werden.

6.1.6.4. Platzierung der Beiträge

Die Kategorie „Platzierung der Beiträge“ gibt Auskunft darüber, in welcher Rubrik der Zeitung die jeweiligen Beiträge zu den Waldbränden erschienen sind. Die Publikationen in den verschiedenen Ressorts sagt auch etwas über den Stellenwert eines bestimmten Themas aus. Hier können eventuell Unterschiede zwischen Boulevard- und Qualitätszeitung aufgezeigt werden.

Die Unterteilung der einzelnen Variablen sieht wie folgt aus:

- Titelseite
- Politik
- Wirtschaft
- Chronik Inland
- Chronik Ausland
- Wissenschaft
- Meinung/Leserbrief/Kommentar/Feuilleton
- Sonstiges

Sollte eine Meldung in einem hier nicht aufgelisteten Ressort erscheinen, so ist der Beitrag in die Variable „Sonstiges“ einzuordnen.

6.1.6.5. Darstellungsform

Mit Hilfe dieser Kategorie soll eine Einteilung des analysierten Materials nach journalistischen Darstellungsformen erfolgen. Diese sollen Auskunft über tatsachenbetonte (Meldung, Bericht, Reportage, usw.) und meinungsbetonte (Kommentar, Meinung, usw.) Informationsvermittlung geben.

Die Variablen dieser Kategorie lassen sich wie folgt einteilen:

- Bericht/Reportage
- Interview
- Meldung
- Meinung/Kommentar/Leserbrief
- Sonstiges

Mit „Meldung“ sind jene Darstellungsformen gemeint, die eine neutrale und sachliche Beschreibung der Ereignisse gewährleisten sollen. Unter die Variable „Bericht/Reportage“

fallen jene Beiträge mit einem tatsachenbetonten, aber persönlichen Stil und eindeutigen personalisierenden Inhalten. „Meinung/Kommentar/Leserbrief“ beziehen sich auf subjektive Einschätzungen und Interpretationen. Zum „Interview“ zählen nur eindeutig identifizierbare Interviewgespräche. Alle Beiträge, die nicht eindeutig zugewiesen werden können, fallen in die Variable „Sonstiges“.

6.1.6.6. Bilder

Diese Kategorie gibt Auskunft darüber, ob und wie viele Bilder bei den zu analysierenden Beiträgen zu finden sind. Denn Bilder haben in gewisser Weise immer einen Sensationscharakter. Diese Kategorie ist in folgende Variablen unterteilt:

- Sensationeller Charakter
- Informativer Charakter
- Keine Bilder

Die Variable „Sensationeller Charakter“ meint Bilder, die brennende Wälder, zerstörte Häuser, flüchtende Menschen, Feuerwehrmänner oder Löschflugzeuge zeigen. „Informativen Charakter“ hat ein Bild dann, wenn es Statistiken oder Grafiken zeigt. Falls einem Beitrag kein Bild hinzugefügt wurde, so ist es in die Variable „Keine Bilder“ einzuordnen.

6.1.6.7. Interviewpartner/Quellen

Mit dieser Kategorie soll auf die Akteure in der Berichterstattung eingegangen werden. Ausgeglichene Quellenauswahl ist ein Merkmal für die qualitativ hochwertige Berichterstattung. Hier sollen aber nicht nur Eliten zu Wort kommen, sondern auch „normale“ Leute, die durch die Krise betroffen waren. Allerdings besteht die Gefahr, dass Aussagen von Betroffenen oder Opfern zu Emotionen und Mitgefühl beim Rezipienten führen können und die Ereignisse gefühlsbetont oder sensationalistisch dargestellt werden, was den Richtlinien des qualitativen Krisenjournalismus völlig widersprechen würde. Die Analyse dieser Kategorie soll also darüber Aufschluss geben, ob sich die untersuchten Zeitungen an die Ansprüche des qualitativen Krisenjournalismus gehalten haben.

Die Variablen dieser Kategorie lauten wie folgt:

- Experten/Wissenschaftler
- Löschkommandos/Feuerwehrmänner
- Politiker/Ministerien
- EU

- Betroffene/Opfer
- Nachrichtenagenturen
- Kombination mehrerer Quellen
- Sonstige
- Keine Angaben

Diese unterschiedlichen Variablen kommen bei der Codierung dann zum Einsatz, wenn die Quelle bzw. der genannte Interviewpartner eindeutig zugeordnet werden kann. Für andere Interviewpartner oder Quellen gilt die Variable „Sonstige“. Werden in einem Beitrag mehrere Quellen genannt, fällt dies in die Variable „Kombination mehrerer Quellen“. Falls keine Angaben über die zitierende Person gemacht wird oder überhaupt keine Quellen genannt werden, ist dies der Variable „Keine Angaben“ zuzuordnen.

6.1.6.8. Inhalt

Der Inhalt eines Textes lässt auf die Objektivität der Berichterstattung schließen. Eine qualitativ hochwertige Katastrophenberichterstattung sollte sich mit der sachlichen Darstellung der Ereignisse, den Folgen und Auswirkungen, den Ursachen und Hintergründen eines Ereignisses beschäftigen. Werden Einzelschicksale als Aufmacher verwendet, zeugt das von einer emotional, sensationellen Darstellung der Ereignisse. Dies entspricht dann nicht mehr den Richtlinien einer objektiven Berichterstattung. Weiters gibt der Inhalt eines Themas Auskunft darüber, ob das jeweilige Medium seine informative Funktion erfüllen kann und dem Rezipienten die nötigen Hintergrundinformationen, aber auch Auswirkungen, Folgen und Konsequenzen vermittelt. Die Kategorie „Inhalt“ zeigt die überwiegenden Themeninhalte der analysierten Beiträge auf.

Die Kategorie „Inhalt“ gliedert sich in folgende Variablen:

- Chronologie der Ereignisse
- Verbreitung/Fortschreiten der Brände
- Folgen/Auswirkungen/Konsequenzen
- Hintergründe/Ursachen/Querverbindungen
- Nationale/Internationale Maßnahmen
- Verhaltensregeln
- Einzelschicksale
- Hilfsarbeiten vor Ort
- Sonstiges

Unter die erste Variable „Chronologie der Ereignisse“ fallen jene Beiträge, die eine Auflistung des bereits Geschehenen liefert. Der Variable „Verbreitung/Fortschreiten der Brände“ sind jene Meldungen zuzuordnen, die sich mit der Ausweitung bzw. dem Andauern der Brände in Griechenland beschäftigen. Außerdem fallen auch jene Beiträge darunter, die über die Verbreitung des Feuers innerhalb Griechenlands berichten.

„Folgen/Auswirkungen/Konsequenzen“ der Waldbrände umfassen all jene Beiträge, die mögliche Gefahren wie zum Beispiel Lebensgefahr oder Folgen wie etwa zerstörte Häuser zum Thema haben. Auch fallen Meldungen über Verletzte oder Todesopfer in diese Variable. Informationen über die Entstehung der Waldbrände, mögliche Ursachen wie zum Beispiel Brandstiftung sind der Variable „Hintergründe/Ursachen/Querverbindungen“ zuzuordnen.

„Nationale/Internationale Maßnahmen“ umfassen jene Beiträge, in denen von Hilfeleistungen, wie etwa finanzielle Unterstützung oder die Entsendung von Hilfstruppen aus dem Ausland, gesprochen wird. Unter „Verhaltensregeln“ fallen jene Meldungen, in denen von Tipps und Warnungen in Bezug auf das Verhalten in Brandsituationen gesprochen wird. In die Variable „Einzelschicksale“ fallen die Beiträge, in denen betroffene Menschen und ihre Schicksale thematisiert werden. „Hilfsarbeiten vor Ort“ sind dann zu codieren, wenn es in den publizierten Meldungen von Hilfeleistungen in den von den Bränden betroffenen Gebieten geht. Kann der Inhalt eines Beitrages keiner der aufgelisteten Variablen zugeordnet werden, fällt dies in die Variable „Sonstiges“.

Obwohl in einem Beitrag mehrere inhaltliche Schwerpunkte gesetzt werden können, sollten Mehrfachzuordnungen vermieden werden. Der dominierende Inhalt zählt und soll aufgrund dieser Dominanz entsprechend der passenden Variable zugeordnet werden. Ein Inhalt gilt dann als dominierend, wenn mindestens 70 % des analysierten Beitrages einer Variable entsprechen.

6.1.6.9. Ton der Berichterstattung

In dieser Kategorie geht es darum, die Sprache und den Stil des Betrages in die Variablen „emotionalisierend“, „sensationell“, „nüchtern/sachlich“, „beruhigend“, „beunruhigend“ und „spekulativ“ einzuordnen. Der Ton der Berichterstattung sagt viel über die Qualität des Beitrages aus. In diesem Zusammenhang soll herausgefunden werden, ob eine sensationelle und emotionalisierende Ausdrucksweise im Vordergrund steht, oder ob es den Medien gelingt, nüchtern und sachlich zu bleiben.

Ein Betrag wird dann als „emotionalisierend“ betrachtet, wenn gefühlsbetonte Ausdrucksweisen oder Begriffe im Vordergrund stehen. „Sensationell“ ist ein Beitrag dann, wenn eine reißerische Tonalität erkennbar ist. Die Variable „nüchtern/sachlich“ ist dann

anzuwenden, wenn sich der Beitrag auf Fakten und Analysen bezieht und Informationen im Vordergrund stehen. „Beruhigend“ ist ein Beitrag dann, wenn eine beschwichtigende Ausdrucksweise verwendet wird, die den Rezipienten weder in Angst noch in Schrecken versetzt. Im Gegensatz dazu wird die Variable „beunruhigend“ dann angewendet, wenn mit den Ängsten des Publikums gespielt wird und negative Folgen als bestätigt dargestellt werden. Die Variable „spekulativ“ wird dann codiert, wenn erkennbar ist, dass es sich um keine bestätigten Fakten handelt, sondern um Vermutungen.

6.1.6.10. Schlagzeile

Der Schlagzeile kommt im Printbereich eine große Bedeutung zu. Sie dient dazu, die Aufmerksamkeit der Rezipienten auf den darauf folgenden Beitrag zu lenken. Auch gelten Schlagzeilen als zusammenfassende Kurzinformationen, die Aufschluss über den nachfolgenden Text gibt und auch eine Orientierungsfunktion für den Leser erfüllt.

Da der Schlagzeile eine große Bedeutung zukommt, wird sie als eigenständige Kategorie erwähnt und bezüglich ihrer sensationellen bzw. neutralen Aufbereitung untersucht.

Die Kategorie „Schlagzeile“ lässt sich in die Variablen „Reizwörter/emotionalisierend/sensationell“ und „neutral/sachlich/nüchtern“ unterteilen. Reizwörter sind im Zusammenhang mit den Waldbränden Begriffe wie etwa „Flammeninferno“, „Inferno“, „tödlich“, „Gefahr“, usw., welche Emotionen bei den Lesern hervorrufen.

6.1.6.11. Einschätzung der Brände und ihrer Folgen

Diese Kategorie lässt eine gewisse Wertung von Seiten des Journalisten zu. Hier soll aufgezeigt werden, ob mögliche Folgen der Waldbrände überproportional dargestellt werden.

Unterteilt wird die Kategorie in die Variablen „ungefährlich/harmlos“, „gefährlich/tödlich“ und „keine Einschätzung“. Die Codierung der Beiträge erfolgt durch die Einschätzung, aber auch durch die Bewertung der Tonalität des Textes. Ein wertefreier Beitrag wird der Variable „keine Einschätzung“ zugeordnet.

6.1.6.12. Personalisierung

Diese Kategorie bezieht sich auf die von Schulz aufgestellte Hypothese⁹, die davon ausgeht, dass der Nachrichtenwert eines Ereignisses unter anderem vom Faktor „Personalisierung“ abhängig ist. Demnach stehen solche Ereignisse im Vordergrund, bei denen Menschen als handelnde Subjekte hervortreten. Diese Kategorie ist auf das Bedürfnis des Publikums nach Identifikationsobjekten zurückzuführen.

Die Kategorie wird in die Variablen „keine Person“, „Retter/Helden“, „Schuldige“, „Opfer Einheimische“, „Opfer Ausländer“ und „Hilfeleistende“ unterteilt. Es kann vorkommen, dass im Text mehrere Personalisierungen vorgenommen werden, das heißt, eine Mehrfachzuordnung wäre möglich. Da diese aber vermieden werden soll, wird der Beitrag jener Variable zugeordnet, die mindestens 70 % des Gesamthabes ausmacht. „Keine Person“ wird codiert, wenn im gesamten Beitrag keine Personalisierung stattfindet.

6.1.6.13. Valenz

Laut Schulz (1990) ist der Nachrichtenwert eines Ereignisses auch vom Faktor „Valenz“ abhängig. Im Zusammenhang mit den Waldbränden in Griechenland wird diese Kategorie in die Variablen „Schäden“, „Fehlverhalten“, „Erfolge“, „Kriminalität“ und „keine Nennung“ unterteilt.

Sind in der Berichterstattung über die Waldbrände Meldungen über entstandene oder mögliche Schäden überwiegend, so findet die Variable „Schäden“ Anwendung. Die Variable „Fehlverhalten“ wird dann codiert, wenn politische oder wirtschaftliche Fehler das Hauptthema eines Beitrages ist. „Erfolge“ beschäftigen sich mit gelöschten Bränden bzw. Bränden, die man unter Kontrolle gebracht hat oder aber auch die Evakuierung von Menschen bzw. Dörfern. Die Variable „Kriminalität“ ist dann anzuwenden, wenn überwiegend von Brandstiftern die Rede ist. „Keine Nennung“ findet dann Anklang, wenn die Beiträge in keine der vorhergehenden Variablen passen.

⁹ Den Faktor „Personalisierung“ hat Schulz unverändert von Galtung/Ruge übernommen (vgl. Schulz, 1990, S. 31 ff)

6.1.6.14. Bewertung des Analysematerials

Diese Kategorie soll ein subjektives, allgemein wertendes Urteil der analysierten Beiträge bilden.

Die jeweiligen Beiträge zum Thema „Waldbrände“ werden den Variablen „sensorsorientiert/emotionalisierend“ oder „sachlich“ zugeschrieben. Damit soll eine subjektive Einteilung in eine qualitativ hochwertige bzw. minderwertige Berichterstattung erfolgen.

6.1.6.15. Sensationalisierung der Beiträge

Angelehnt an die fünf Indikatoren der Sensationalisierung nach Dulinski wird diese Kategorie in vier Variablen unterteilt. In „absolut sensationalisiert“, „eher sensationalisiert“, „gering sensationalisiert“ und „gar nicht sensationalisiert“.

„Absolut sensationalisiert“ wird codiert, wenn alle fünf Indikatoren im Beitrag zu finden sind. In die Variable „eher sensationalisiert“ fallen jene Berichte, die drei bis vier Merkmale aufweisen. „Gering sensationalisiert“ wird dann codiert, wenn lediglich 1-2 Indikatoren in den publizierten Beiträgen zu finden sind. Die Ausprägung „gar nicht sensationalisiert“ kommt dann zum Einsatz, wenn der Bericht keinen einzigen Indikator aufweist.

7. Auswertung und Interpretation der Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der empirischen Untersuchung präsentiert. Mit Hilfe von Grafiken sollen die Resultate der Inhaltsanalyse veranschaulicht werden. Die Auswertung erfolgt bei allen Kategorien zunächst zusammenfassend basierend auf den beiden Tageszeitungen „Kronen Zeitung“ und „Der Standard“. Danach werden die Ergebnisse medienspezifisch aufgezeigt, wobei schon erste Gemeinsamkeiten bzw. Unterschiede in der Berichterstattung zwischen Boulevard- und Qualitätszeitung aufgezeigt werden können. Es wird versucht, sofern es die Resultate zulassen, eine Interpretation vorzunehmen. Danach werden die wichtigsten Ergebnisse der Analyse zusammengefasst, in einen größeren Zusammenhang gestellt und interpretiert. Die Beantwortung der Forschungsfragen bildet den Abschluss der gesamten Analyse.

7.1. Darstellung der Ergebnisse

Eine allgemeine Auswertung der Untersuchungsergebnisse erfüllt den Zweck, die absolute Häufigkeit bzw. die Prozentsätze der verschiedenen Variablen pro Kategorie für die beiden Zeitungen zusammen zu präsentieren. Anschließend werden die medienspezifischen Besonderheiten genauer betrachtet. Bei den medienspezifischen Ergebnissen wird in der Auswertung auf die prozentuale Verteilung der Variablen eingegangen, die absoluten Zahlen sind von der Grafik abzulesen.

Anzahl der analysierten Beiträge nach Medium

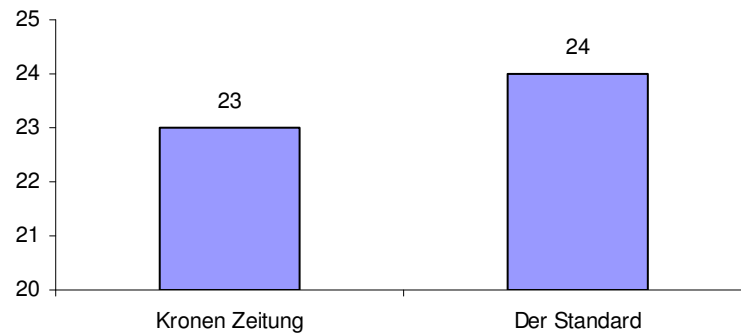


Abb. 2: Anzahl der analysierten Berichte

Insgesamt sind in den Tageszeitungen „Kronen Zeitung“ und „Der Standard“ im Zeitraum vom 1. August bis 31. August 2007 47 Beiträge zum Thema „Waldbrände in Griechenland“ erschienen.

Die Anzahl der gesamten analysierten Beiträge sind in den beiden Tageszeitungen beinahe gleich hoch. In der „Kronen Zeitung“ sind 23 Beiträge erschienen, im „Standard“ 24, was einem prozentualen Anteil von 48,9 % (Kronen Zeitung) zu 51,1 % (Der Standard) entspricht.

Dies ist aufgrund des sensationellen Charakters des Themas und den der Boulevardmedien zugeschriebenen Präferenzen bzw. Tendenzen für eben solche sensationalistischen Ereignisse ein unerwartetes Ergebnis.

An dieser Stelle muss noch erwähnt werden, dass die Gesamtanzahl der analysierten Beiträge (47) sehr zufrieden stellend ist, wenn man bedenkt, dass die Waldbrände bereits zwei Monate vorher ausgebrochen sind.

Datum

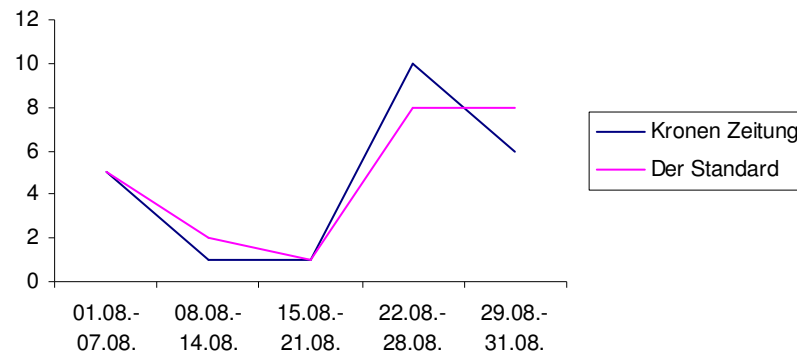


Abb. 3: Entwicklung des Berichterstattungsumfangs

Die Zusammenfassung der einzelnen Analyseergebnisse in jeweils 7-Tages-Abschnitten zeigt, dass der Berichterstattungsverlauf in den beiden Tageszeitungen relativ gleichmäßig bzw. ähnlich verläuft. Zu Beginn des untersuchten Zeitraumes wurde wieder vermehrt über die Waldbrände in Griechenland berichtet. Wieder vermehrt deshalb, weil die Brände bereits Anfang Juni 2007 ausgebrochen sind. Zwei Monate später, im August 2007, besteht laut Grafik nach wie vor ein mediales Interesse an dieser Katastrophe. In den Wochenabschnitten 08.08.-14.08. und 15.08.-21.08. wurde nur sehr wenig berichtet. Hier erreichte die Berichterstattung ihren absoluten Tiefpunkt. Mitte der 3. Woche jedoch stieg die Anzahl der Beiträge und somit auch die Berichterstattung über die Waldbrände wieder an. Gründe hierfür sind eindeutig wieder auflodernde Feuer oder neue Brände, die ausgebrochen sind. Ihren absoluten Höhepunkt erreichte die Berichterstattung Mitte der 4. Woche. Diesen Höhepunkt konnte die Berichterstattung der Tageszeitung „Der Standard“ bis zum 31. August 2007 beibehalten. In der „Kronen Zeitung“ hingegen nahm die Berichterstattung bis zum 31. August 2007 hin ein wenig ab.

Länge der Beiträge

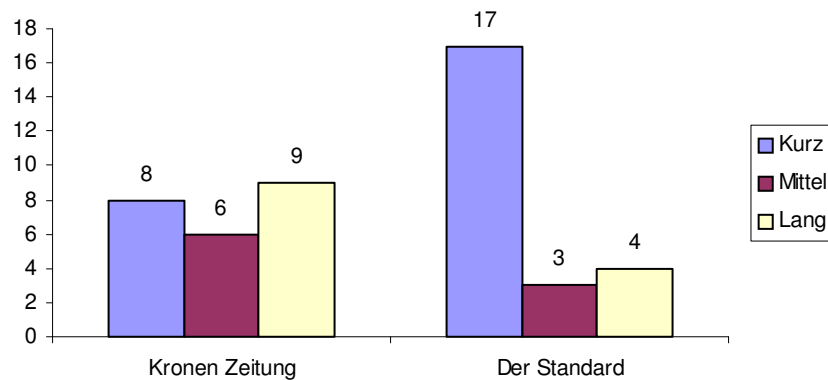


Abb. 4: Länge der analysierten Beiträge

Die Untersuchung der Kategorie „Länge der Beiträge“ hat ergeben, dass 53,2 % aller Beiträge als „kurz“, lediglich 19,1 % als „mittel“ und 27,7 % als „lang“ angesehen werden.

Bei der „Kronen Zeitung“ fällt auf, dass die meisten Beiträge mit 39,1 % in die Variable „lang“ einzustufen ist. Mit 34,8 % liegen die „kurzen“ Beiträge an zweiter Stelle, gefolgt von den Beiträgen „mittlerer“ Länge mit 26,1 %.

Im Gegensatz zur „Kronen Zeitung“ dominieren beim „Standard“ die „kurzen“ Beiträge mit 70,8 %, gefolgt von den „langen“ Beiträgen mit 16,7 %. Auch hier liegen die Beiträge mit „mittlerer“ Länge mit 12,5 % an letzter Stelle.

Platzierung der Beiträge

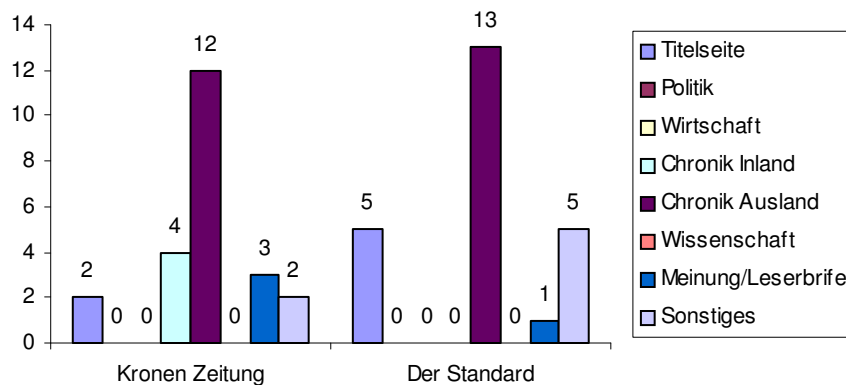


Abb. 5: Platzierung der Beiträge nach Ressort

Die Gesamtauswertung der Kategorie „Platzierung der Beiträge“ zeigt, dass die meisten Beiträge im Ressort „Chronik Ausland“ (53,2 %) zu finden sind, gefolgt von der Platzierung auf der Titelseite mit 14,9 % sowie der Variable „Sonstiges“ mit ebenfalls 14,9 %. Platz 3 teilen sich die Rubriken „Chronik Inland“ und „Meinung/Leserbriefe“ mit je 8,5 %. Den anderen Ressorts wie „Politik“, „Wirtschaft“ und „Wissenschaft“ wurden keine Beiträge zugeordnet.

Medienspezifisch dominiert ebenfalls die Rubrik „Chronik Ausland“ sowohl bei der „Kronen Zeitung“ mit 52,2 % als auch beim „Standard“, der sogar einen prozentualen Anteil von 54,2 % aufweist.

Bei der „Kronen Zeitung“ kommt an zweiter Stelle das Ressort „Chronik Inland“ mit 17,4 %. Das ist darauf zurückzuführen, als dass hier über österreichische Urlauber in Griechenland zur Zeit der Waldbrände berichtet wurde, die vor dem Feuer flüchten mussten. Dies führt zur Annahme einer sensationsorientierten Berichterstattung. 13 % der Beiträge fallen in den Bereich „Meinung/Leserbrief/Kommentar“. Mit jeweils 8,7 % teilen sich die Rubriken „Titelseite“ und „Sonstiges“ den vierten Platz. Keine Zuordnungen sind in den Bereichen „Politik“, „Wirtschaft“ und „Wissenschaft“ möglich.

Die Platzierungen „Titelseite“ und „Sonstiges“ weisen beim „Standard“ einen gleich hohen Anteil mit 20,8 % auf. Überraschend ist, dass im Vergleich zur Boulevardzeitung bei der Qualitätszeitung mehr Beiträge auf der Titelseite erschienen sind. Es muss jedoch festgehalten werden, dass die Meldungen beim „Standard“ auf der Titelseite wenig bis gar

keinen „reißerischen“ Charakter besitzen. Anders als bei der „Kronen Zeitung“ wird beim „Standard“ auf eine überdimensionale Überschrift bzw. Aufmachung verzichtet. Mit 4,2 % bildet das Ressort „Meinung/Leserbrief/Kommentar“ das Schlusslicht. Keine Zuweisungen konnten auch hier in den Bereichen „Politik“, „Wirtschaft“, „Wissenschaft“ und zusätzlich „Chronik Inland“ vorgenommen werden.

Darstellungsform

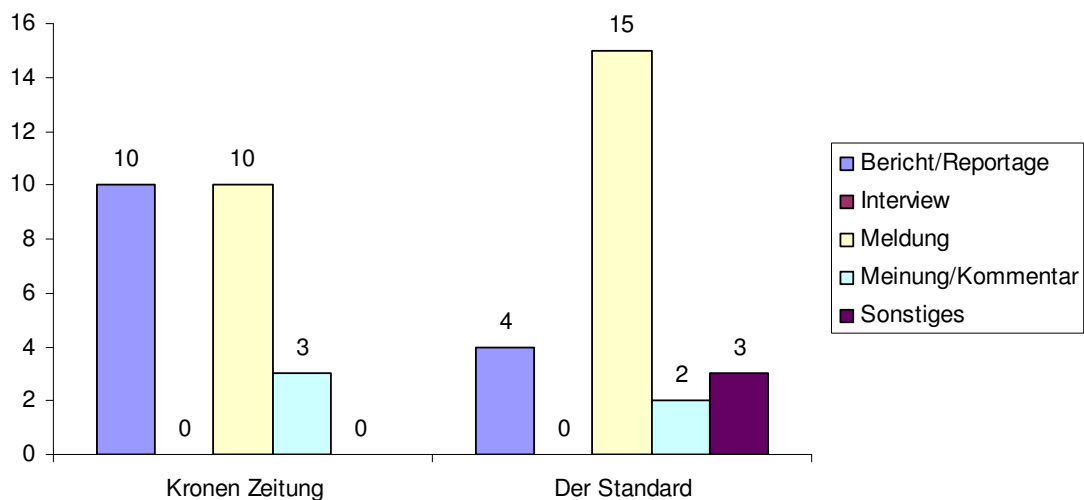


Abb. 6: Darstellungsform der analysierten Beiträge

Wie man auf der Grafik eindeutig erkennen kann, liegt die Variable „Meldung“ mit insgesamt 53,2 % bei beiden Tageszeitungen an erster Stelle. Mit etwas Abstand folgt die Rubrik „Bericht/Reportage“ mit 29,8 %, gefolgt von „Meinung/Kommentar/Leserbrief“ mit 10,6 %. „Sonstiges“ ist mit 6,4 % am seltensten vertreten, da den Variablen „Interview“ und „Analyse“ keine Beiträge zugeordnet werden konnten.

Der Einzelauswertung der „Kronen Zeitung“ zufolge können 43,5 % der Beiträge sowohl als „Bericht/Reportage“ als auch als „Meldung“ klassifiziert werden. Das bedeutet, dass die gefühlsbetonte, sensationell angehauchte Darstellungsform mit der sachlichen Darstellung gleichzusetzen ist. 13 % der Berichterstattung werden von der Variable „Meinung/Leserbrief/Kommentar“ eingenommen. Von den übrigen Variablen wie „Interview“, „Analyse“ und „Sonstiges“ wird von der „Kronen Zeitung“ gar kein Gebrauch gemacht.

Beim „Standard“ liegt die Variable „Meldung“ mit 62,5 % an der Spitze der Einzelauswertung. „Bericht/Reportage“ nehmen mit 16,7 % Platz zwei der Klassifizierung ein. Zur Variable „Sonstiges“ konnten 12,5 % der Beiträge zugeordnet werden. 8,3 % fallen in die Variable „Meinung/Leserbrief/Kommentar“.

Wenig überraschend ist das Ergebnis beim „Standard“, der die meisten sachlichen „Meldungen“ gegenüber der „Kronen Zeitung“ aufweist. Sachlichkeit ist ein Merkmal der qualitativen Berichterstattung, welchem der „Standard“ auf jeden Fall gerecht wird. Im Gegensatz dazu nimmt die Variable „Bericht/Reportage“ im Vergleich zur „Meldung“ nur einen sehr kleinen Teil der Berichterstattung ein.

Was aber überrascht ist das Ergebnis bei der „Kronen Zeitung“ in den beiden Ressorts „Bericht/Reportage“ und „Meldung“. Obwohl die Boulevardmedien für die gefühlsbetonte, sensationelle Berichterstattung bekannt sind, nimmt hier die Sachlichkeit des Themas einen ebenso großen Stellenwert ein.

Bilder

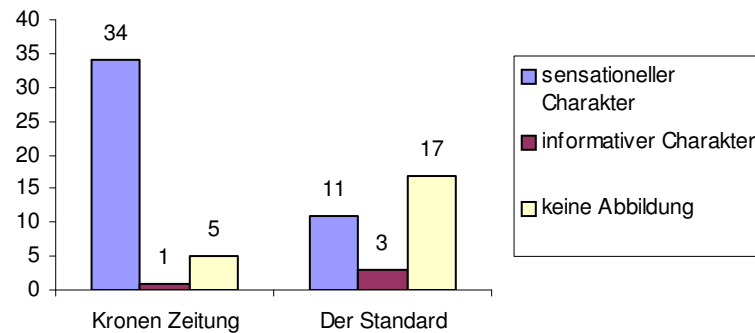


Abb. 7: Bilder bei den analysierten Beiträgen

Zur Auswertung der Bilder bei den analysierten Beiträgen ist zu sagen, dass alle Bilder gewertet wurden, auch wenn bei einem Beitrag mehrere Abbildungen vorkamen. Insgesamt ergibt das einen Bildanteil mit „sensationellem Charakter“ von 63,4 %. Im Vergleich dazu ist der Anteil der Abbildungen mit „informativem Charakter“ mit 5,6 % schwindend gering. 31 % aller Beiträge wurden ohne Bilder publiziert.

Wenn man die Bildanteile nun auf die beiden Tageszeitungen „Kronen Zeitung“ und „Der Standard“ aufsplittet, ergeben sich andere Gewichtungen.

So ist der Bildanteil mit „sensationellem Charakter“ bei der „Kronen Zeitung“ mit 85 % sehr dominant. Der Anteil der Beiträge, bei denen keine Bilder vorhanden sind, beträgt 12,5 % und der Bildanteil mit „informativem Charakter“ liegt mit 2,5 % an letzter Stelle.

Beim „Standard“ fällt auf, dass der Anteil der Beiträge ohne Bilder mit 54,8 % mehr als die Hälfte aller analysierten Beiträge ausmacht. An zweiter Stelle liegt der Bildanteil mit der Variable „sensationellem Charakter“ mit einem prozentualen Anteil von 35,5 %, gefolgt von den Bildern mit „informativem Charakter“ mit 9,7 %.

Interviewpartner/Quellen

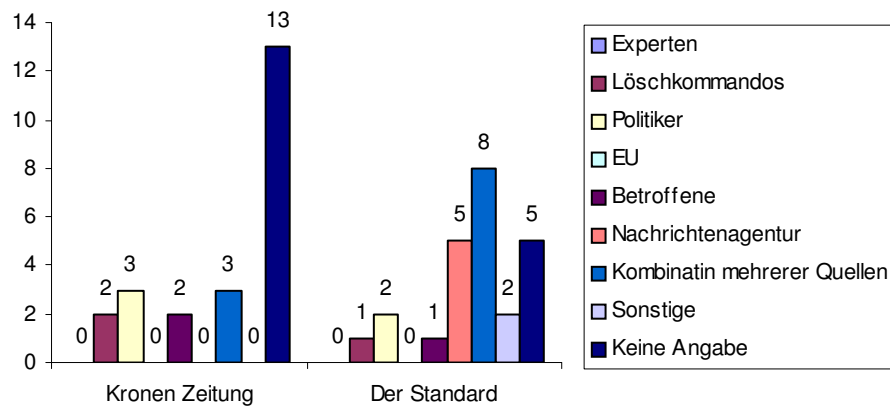


Abb. 8: Interviewpartner/Quellen in den analysierten Beiträgen

Bei der Analyse der Interviewpartner/Quellen lassen sich erstaunlicherweise bei 38,3 % der Analyseeinheiten „keine Angaben“ zu Quellen oder Interviewpartnern machen. Dies widerspricht der geforderten Quellentransparenz. Eine „Kombination mehrerer Quellen“ kommt bei 23,4 % der Beiträge zur Anwendung. „Politiker und Ministerien“ kommen bei 10,6 % der analysierten Beiträge zu Wort. Den gleichen Prozentsatz von 10,6 % weisen die „Nachrichtenagenturen“ als Quelle auf. Den Variablen „Löschkommandos/Feuerwehrmänner“ und „Betroffene/Opfer“ können jeweils 6,4 % der publizierten Beiträge zugeschrieben werden. Unter „Sonstige“ fallen 4,3 %. „Experten/Wissenschaftler“ und die „EU“ kommen in den analysierten Beiträgen gar nicht zu Wort.

Von allen Beiträgen über die Waldbrände in der „Kronen Zeitung“ entfallen 56,6 % auf die Variable „keine Angaben“. Um aber einen objektiven und qualitativen Journalismus gewährleisten zu können, müssen die Quellen transparent gemacht werden. Diese Forderung konnte die „Kronen Zeitung“ nicht erfüllen. Immerhin setzen sich 13 % der Quellenangaben aus einer „Kombination mehrerer Quellen“ zusammen. Mit ebenfalls 13 % melden sich „Politiker/Ministerien“ zu Wort, gefolgt von „Löschkommandos/Feuerwehrmänner“ und „Betroffene/Opfer“ mit jeweils 8,7 %. „Experten/Wissenschaftler“, „EU“, „Sonstige“ und „Nachrichtenagenturen“ wurden zur Berichterstattung überhaupt nicht herangezogen.

Beim „Standard“ liegt eindeutig die Variable „Kombination mehrerer Quellen“ mit 33,4 % im Vordergrund. Dieses Ergebnis legt die Gewährleistung einer objektiven und qualitativen Berichterstattung dar. An zweiter Stelle finden sich die „Nachrichtenagenturen“ mit 20,8 % wieder. Dasselbe Ergebnis erzielte leider die Variable „keine Angaben“. In 8,3 % der Beiträge kommen „Politiker/Ministerien“ zu Wort. Auch die Variable „Sonstige“ hat einen Anteil von 8,3 %. Mit 4,2 % kommen jeweils „Löschkommandos/Feuerwehrleute“ und „Betroffene/Opfer“ in den analysierten Beiträgen zu Wort.

Inhalt

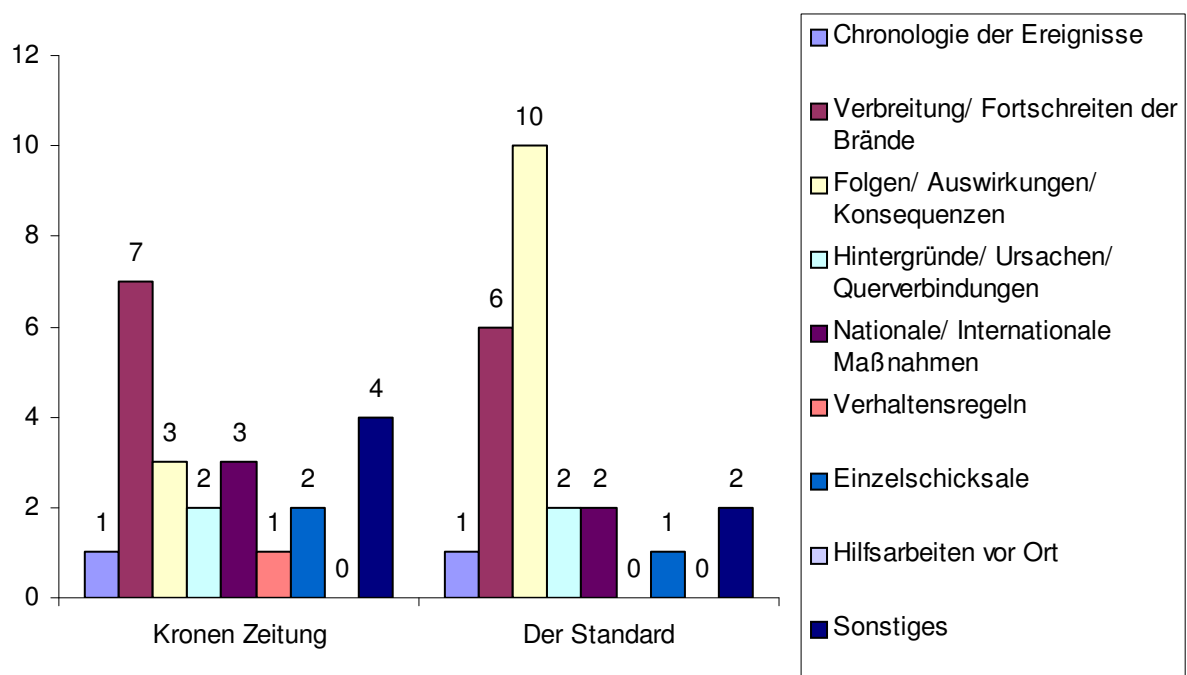


Abb. 9: Inhalte der analysierten Beiträge

Insgesamt kommen in der Kategorie „Inhalt“ die Variablen „Verbreitung/Fortschreiten der Brände“ und „Folgen/Auswirkungen/Konsequenzen“ mit jeweils 27,7 % am häufigsten vor. 12,8 % der Beiträge beschäftigen sich mit „sonstigen“ Inhalten. „Nationale/Internationale Maßnahmen“ rangieren mit 10,6 % auf Platz 3. 8,5 % der Beiträge hatten „Hintergründe/Ursachen/Querverbindungen“ zum Inhalt. „Einzelschicksale“ waren zu 6,3 % Inhalt der Berichterstattung. Mit 4,3 % folgt die Variable „Chronologie der Ereignisse“ gefolgt von „Verhaltensregeln“ mit einem Anteil von 2,1 %.

Medienspezifisch betrachtet rangiert bei der „Kronen Zeitung“ die Variable „Verbreitung/Fortschreiten der Brände“ mit 30,4 % auf Platz 1. In den Bereich „Sonstiges“ fallen 17,4 %. Mit „Folgen/Auswirkungen/Konsequenzen“ und „Nationale/Internationale Maßnahmen“ beschäftigten sich 13 % der Inhalte. Je 8,7 % der analysierten Beiträge haben die Variablen „Einzelschicksale“ und „Hintergründe/Ursachen/Querverbindungen“ zum inhaltlichen Schwerpunkt. Das Schlusslicht in dieser Kategorie bilden „Chronologie der Ereignisse“ sowie „Verhaltensregeln“ mit jeweils 4,4 %. „Hilfsarbeiten vor Ort“ konnten leider nicht zugewiesen werden. Aber das heißt nicht, dass solche nicht erwähnt wurden. Aber aufgrund der eingangs aufgestellten Definitionen haben in den Beiträgen, in denen auch diese Variable vorgekommen ist, andere Inhalte mit mehr als 70 % dominiert.

Beim „Standard“ dominiert der Inhalt „Folgen/Auswirkungen/Konsequenzen“ mit 41,7 %. An zweiter Stelle liegt die Variable „Verbreitung/Fortschreiten der Brände“ mit 25 %. Mit einem etwas größeren Abstand haben jeweils 8,3 % der analysierten Beiträge die Variablen „Hintergründe/Ursachen/Querverbindungen“, „Nationale/Internationale Maßnahmen“ und „Sonstiges“ zum Inhalt. Auch hier bilden die „Einzelschicksale“ und die „Chronologie der Ereignisse“ mit 4,2 % das Schlusslicht. Wie oben erwähnt wurde, konnten auch beim „Standard“ keine Beiträge der Variabel „Hilfsarbeiten vor Ort“ zugewiesen werden, da ein anderer Inhalt in den jeweiligen Artikel dominierte.

Ton der Berichterstattung

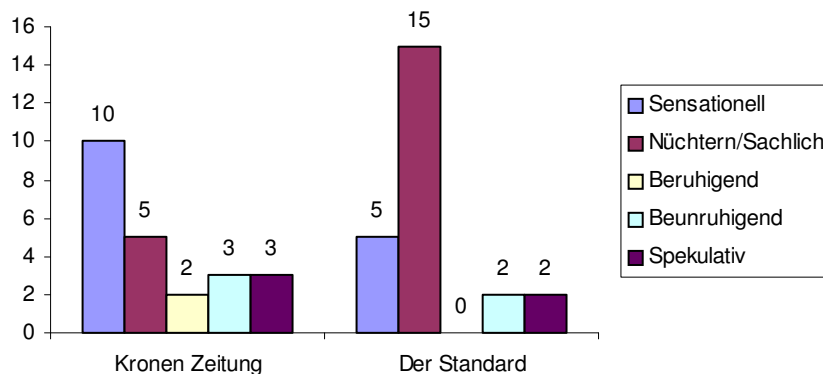


Abb. 10: Ton der Berichterstattung

Gesamt betrachtet kommt in der Kategorie „Ton der Berichterstattung“ die Variable „nüchtern/sachlich“ mit 42,6 % am häufigsten vor. Diesem Ergebnis stehen 31,9 % „sensationelle“, jeweils 10,6 % „beunruhigende“ und „spekulative“ sowie 4,3 % „beruhigende“ Beträge gegenüber.

Medienspezifisch betrachtet steht bei der „Kronen Zeitung“ die Variable „sensationell“ mit 43,5 % an erster Stelle. Dieses Ergebnis überrascht wenig, da es sich hier um eine Boulevardzeitung handelt, die auf Sensationen bzw. sensationelle Aufmachung und Sprache ausgerichtet ist. An zweiter Stelle kommt die Variable „nüchtern/sachlich“ mit 21,8 %. Mit jeweils 13 % wird ein „beunruhigender“ und „spekulativer“ Ton angeschlagen. Ein „beruhigender“ Ton findet sich in nur 8,7 % der analysierten Beiträge.

Im „Standard“ hingegen wird der „nüchterne/sachliche“ Ton gewahrt. Immerhin fallen 62,5 % der analysierten Beiträge in diese Kategorie. Dieses Ergebnis spricht eigentlich für sich. In einer Qualitätspresse war jedoch nichts anderes zu erwarten. 20,9 % der untersuchten Artikel fallen in die Variable „sensationell“, gefolgt von „beruhigend“ und „spekulativ“ mit jeweils 8,3 %. Dem „beruhigenden“ Ton konnte hier kein Beitrag zugewiesen werden.

Schlagzeile

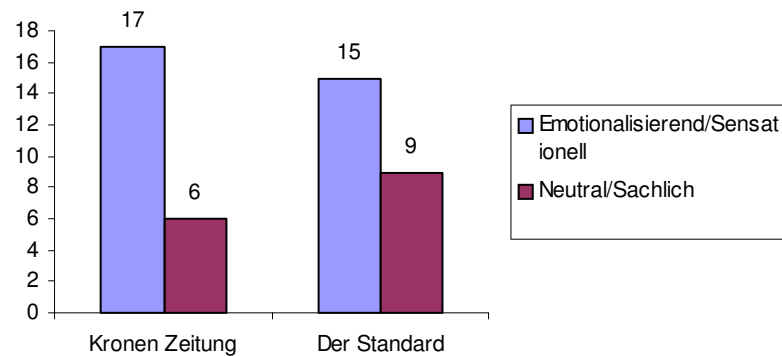


Abb. 11: Bewertung der Schlagzeilen

Die Analyse der „Schlagzeile“ kommt zu dem Ergebnis, dass der Großteil der Beiträge „emotionalisierend/sensationell“ mit Reizwörtern formuliert ist (68,1 %) und 31,9 % auf die Variable „neutral/sachlich/nüchtern“ entfallen. Dieses Ergebnis spricht gesamt gesehen für eine sensationelle Berichterstattung.

Bei der Einzelauswertung zeigt sich das gleiche Ergebnis. Sowohl bei der „Kronen Zeitung“ als auch beim „Standard“ dominieren die sensationellen Schlagzeilen mit 73,9 % (Krone) zu 62,5 % (Standard). Den „neutralen/sachlichen/nüchternen“ Schlagzeilen sind bei der „Kronen Zeitung“ 26,1 % und beim „Standard“ 37,5 % zuzuschreiben.

Einschätzung der Brände und ihrer Folgen

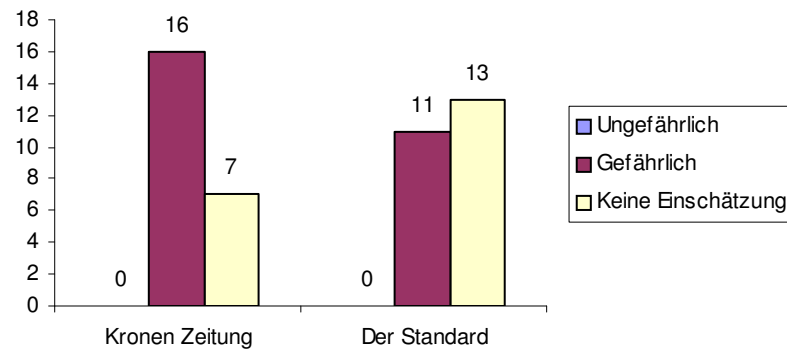


Abb. 12: Einschätzung der Brände und ihrer Folgen

Bezüglich der Kategorie „Einschätzung der Brände und ihrer Folgen“ kann insgesamt betrachtet gesagt werden, dass die Variable „gefährlich/tödlich“ mit 57,4 % den größten Anteil der Beiträge einnimmt. Jedoch ist auch die Variable „keine Einschätzung“ mit 42,6 % stark vertreten. Als „ungefährlich“ wurde kein einziger Beitrag eingestuft.

Betreffend der „Kronen Zeitung“ kann eindeutig gesagt werden, dass hier die analysierten Beiträge zu 69,6 % als „gefährlich/tödlich“ einzustufen sind. Bei 30,4 % der Artikel wird „keine Einschätzung“ unternommen. Die Variable „ungefährlich/harmlos“ wird in allen analysierten Beiträgen nicht erwähnt.

In Bezug auf den „Standard“ dominiert die Variable „keine Einschätzung“ mit 54,2 %. 45,8 % aller Beiträge werden als „gefährlich/tödlich“ eingestuft. Genauso wie bei der „Kronen Zeitung“ wird auch beim „Standard“ die Variable „ungefährlich/harmlos“ nicht erwähnt.

Personalisierung

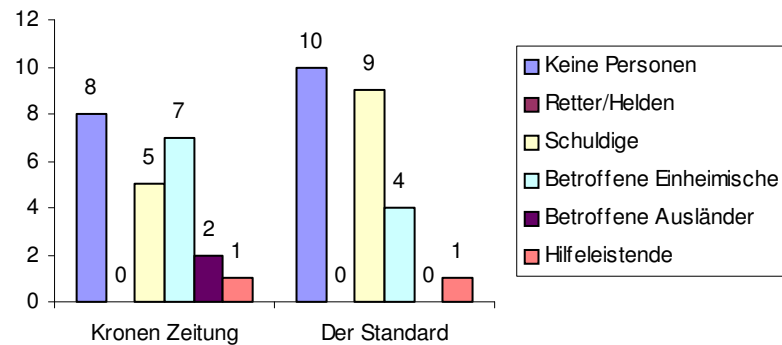


Abb. 13: Personalisierung

Die Kategorie „Personalisierung“ betreffend kann gesagt werden dass die Variable „keine Personen“ den größten Anteil mit 38,4 % einnimmt. Wenn es aber um Personennennungen geht, dann werden am häufigsten „Schuldige“ mit 29,8 % genannt, dicht gefolgt von „Opfer Einheimische“ mit 23,4 %. Mit 4,2 % teilen sich „Opfer Ausländer“ und „Hilfeleistende“ den letzten Platz. „Retter/Helden“ werden in gesamten analysierten Material nicht genannt.

Medienspezifisch dominiert bei der „Kronen Zeitung“ die Variable „keine Personen“ mit 34,8 % vor der Variable „Opfer Einheimische“, die mit 30,4 % knapp an zweiter Stelle liegt. In 21,8 % der analysierten Beiträge werden „Schuldige“ genannt. „Opfer Ausländer“ mit 8,7 % und „Hilfeleistende“ mit 4,3 % bilden das Schlusslicht dieser Kategorie. „Retter/Helden“ werden hier keine genannt.

Im „Standard“ sieht das Ergebnis ähnlich aus: so werden hier in 41,7 % der analysierten Beiträge „keine Personen“ genannt. In 37,5 % der untersuchten Artikel werden „Schuldige“ genannt. Auf „Opfer Einheimische“ fallen 16,6 %, gefolgt von der Variable „Hilfeleistende“ mit 4,2 %. Die Variablen „Retter/Helden“ und „Opfer Ausländer“ können keinem Beitrag zugewiesen werden.

Valenz

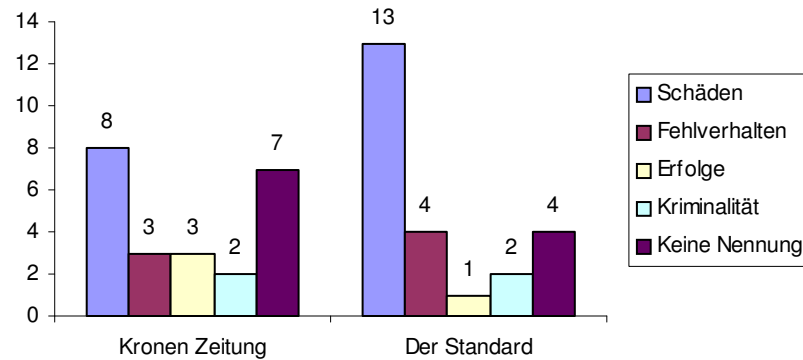


Abb. 14: Valenz

Insgesamt entfallen in der Kategorie „Valenz“ von allen Beiträgen in den beiden Zeitungen 44,7 % auf die Variable „Schäden“. Dahinter, mit etwas Abstand, liegt die Variable „keine Nennung“ mit 23,4 %. „Fehlverhalten“ wird in 14,9 % der Beiträge thematisiert und „Erfolge“ sowie „Kriminalität“ in jeweils 8,5 %.

Der Variable „Schäden“ können in der „Kronen Zeitung“ 34,8 % der Beiträge zugeordnet werden. Knapp dahinter wird die Variable „keine Nennung“ mit 30,5 % am zweithäufigsten genannt. Mit jeweils 13 % folgen die Variablen „Fehlverhalten“ und „Erfolge“. Das Schlusslicht bildet die „Kriminalität“ mit 8,7 %.

Auch beim „Standard“ dominiert die Variable „Schäden“ und kann 54,2 % der Beiträge zugeordnet werden. An zweiter Stelle befindet sich die Variable „keine Nennung“ mit 16,7 %, dicht gefolgt vom „Fehlverhalten“ mit 16,6 %. Die Variable „Kriminalität“ dominiert über „Erfolge“ mit 8,3 % zu 4,2 %.

Bewertung des Analysematerials

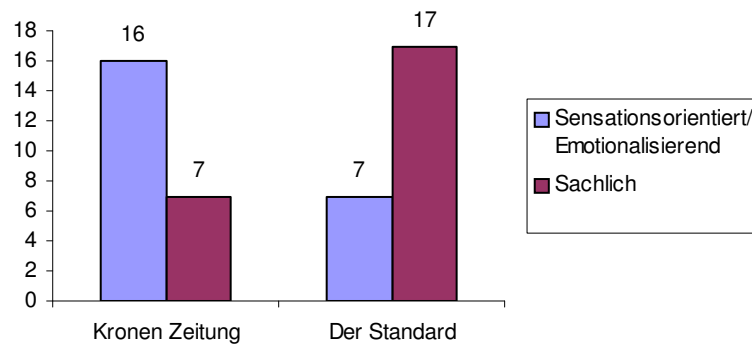


Abb. 15: Bewertung der analysierten Beiträge

Die Gesamtbewertung des Analysematerials zeigt, dass etwa die Hälfte, nämlich 51,1 %, aller Beiträge als „sachlich“ zu werten sind. 48,9 % der Beiträge werden als „sensationsorientiert“ empfunden.

Mit 69,6 % verzeichnet die „Kronen Zeitung“ einen sehr hohen Prozentsatz an sensationsorientierten Beiträgen. Als „sachlich“ wurden lediglich 7 Beiträge, was einem Prozentsatz von 30,4 % entspricht, gewertet.

Im Gegensatz dazu ist der Anteil an „sensationsorientierten“ und „emotionalisierenden“ Beiträgen mit 29,2 % sehr gering. Dem gegenüber steht die „sachliche“ Berichterstattung mit 70,8 %.

Sensationalisierung der Katastrophe

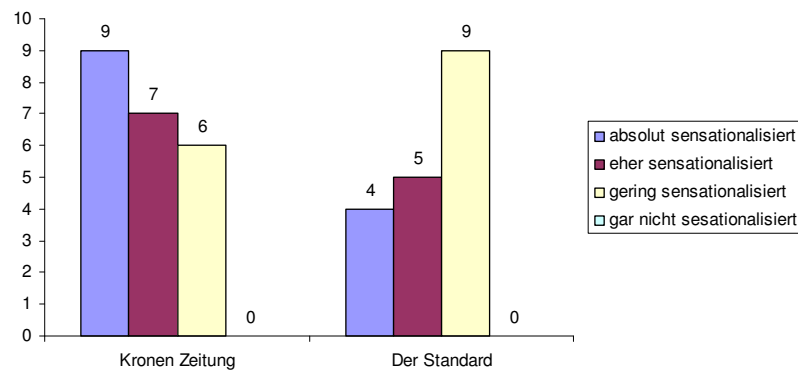


Abb. 16: Sensationalisierung der Katastrophe

Angelehnt an die 5 Indikatoren der Sensationalisierung nach Dulinski ergibt die Analyse, dass insgesamt 32,5 % aller analysierten Beiträge absolut sensationalisiert wurden. 30 % der Berichte weisen 3-4 Indikatoren der Sensationalisierung auf. 1-2 Indikatoren sind in 37,5 % aller Beiträge zu finden. In keinem Fall wiesen die Beiträge 0 Indikatoren auf.

Medienspezifisch gesehen weist die „Kronen Zeitung“ einen Anteil von 40,9 % einer absoluten Sensationalisierung auf. Dieses Ergebnis ist nicht weiter überraschend, da die „Kronen Zeitung“ als Vertreter für die Boulevardpresse sehr viel mit Bildern arbeitet und einen reißerischen Ton verwendet – überwiegend bei den Schlagzeilen. 31,8 % der Beiträge wurden eher sensationalisiert. Der Anteil der geringen Sensationalisierung mit 27,3 % ist deshalb so „hoch“, da hier einige kurze Beiträge vorkamen, die lediglich als Meldungen angesehen werden können und somit fast keinen Sensationscharakter aufweisen.

Beim „Standard“ verhält sich die prozentuale Aufteilung etwas anders. Demnach haben hier „nur“ 22,2 % aller Beiträge einen absoluten Sensationscharakter. Das Medium hat überwiegend – im Gegensatz zur „Kronen Zeitung“ auf Bilder verzichtet und somit den Indikator der reißerischen Aufmachung in nur 4 Fällen erfüllt. 27,7 % aller analysierten Beiträge des „Standard“ fielen in die Ausprägung „eher sensationalisiert“ – eben weil auf Bilder verzichtet wurde. 50 % wurden als „gering sensationalisiert“ eingestuft.

In die Ausprägung „gar nicht sensationalisiert“ fielen sowohl bei der „Kronen Zeitung“ als auch beim „Standard“ keine Beiträge und Artikel, da der Indikator der Serialisierung bei einem solchen Katastrophenereignis immer wirksam wird.

8. Beantwortung der Forschungsfragen

In diesem Kapitel werde ich nun das analysierte Material anhand der Grafiken, die im Vorkapitel zu den einzelnen Kategorien dargestellt wurden, interpretieren und die Forschungsfragen beantworten. An dieser Stelle möchte ich noch erwähnen, dass es sein kann, dass mehrere Kategorien zur möglichst präzisen Beantwortung herangezogen werden.

Beginnen möchte ich mit den Forschungsfragen, die ich zum Kapitel Ethik aufgestellt habe. Die vorangegangene Frage war:

Haben sich die Journalisten an die ethischen Richtlinien der Katastrophenberichterstattung gehalten?

Wie bereits in Kapitel 3.9. erklärt, wäre es im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich, alle ethischen Grundsätze der Katastrophenberichterstattung zu untersuchen. Daher habe ich nur einige Richtlinien herangezogen und dazu folgende Forschungsfragen mit den dazugehörigen Hypothesen aufgestellt:

Forschungsfrage 1:

Wurde bei der Berichterstattung über die Waldbrände in Griechenland ausschließlich auf den Informationswert geachtet oder spielte der Neuigkeits- bzw. Unterhaltungswert eine primäre Rolle?

Hypothese 1:

Wenn die Journalisten die Richtlinien der Berichterstattung erfüllt haben, wurde der sachliche Ton gewahrt und nur primär auf den Informationswert geachtet.

Wie wir bereits wissen, ist die Objektivität und die damit zusammenhängende Wahrung der sachlichen Berichterstattung die Grundregel für Journalisten. Im Fall der Katastrophe „Waldbrände in Griechenland 2007“ ist ein deutlicher Unterschied zwischen der „Kronen Zeitung“ und dem „Standard“ erkennbar. kann man einen deutlichen Unterschied zwischen der „Kronen Zeitung“ und dem „Standard“ erkennen. Während die Beiträge der „Kronen Zeitung“ zu 69,6 % sensationell und emotionalisierend aufgebaut und verfasst wurden,

wurde beim „Standard“ auf die Faustregel der Objektivität geachtet. Die Beiträge konnten zu 70,8 % als sachliche Berichterstattung gewertet werden.

Ein typisches Merkmal der Boulevardpresse ist, wie im Fall der Untersuchung zu den „Waldbränden in Griechenland 2007“ bestätigt wird, dass solchen Ereignissen besonders viel Platz eingeräumt wird. Auch die Schlagzeilen sind emotionsgeladen, mehr als 73,9 % aller Schlagzeilen wurden als sensationell eingestuft.

Überraschend ist das Ergebnis bei der Bewertung der Schlagzeilen beim „Standard“. Auch hier dominieren mit 62,5 % die emotionalisierenden Schlagzeilen, was vermuten lässt, dass auch der „Standard“ mit sensationellen Überschriften den Rezipienten zum Weiterlesen animieren möchte. Denn die Untersuchung der Berichte hat, gezeigt, dass diese größtenteils objektiv verfasst wurden.

Das führt zu dem Schluss, dass die Berichterstattung in der „Kronen Zeitung“ bei den Rezipienten viele Emotionen hervorrufen sollen. Die geschah sowohl durch die Schlagzeilen als auch durch die Berichte. Der „Standard“ hingegen hatte zwar emotionalisierende Schlagzeilen, die Berichterstattung selbst war sachlich und auf Tatsachen bezogen.

Aufgrund der Ergebnisse kann die Hypothese teilweise bestätigt werden. Am Beispiel des „Standards“ kann gezeigt werden, dass die Qualitätspresse Wert auf Objektivität und die Einhaltung der ethischen Richtlinien legt.

Im Hinblick auf die Boulevardpresse, hier repräsentiert durch die „Kronen Zeitung“, kann die Hypothese nicht bestätigt werden. Die Informationen wurden sensationell und emotionalisierend verarbeitet, das primäre Ziel ist die Unterhaltung des Lesers.

Forschungsfrage 2:

Wurden durch die Berichterstattung dieser Katastrophe beim Rezipienten Emotionen ausgelöst?

Hypothese 2:

Wenn der sachliche Ton und somit die Objektivität in der Berichterstattung gewahrt wurde, wurden beim Rezipienten keine Emotionen ausgelöst.

An dieser Stelle muss gesagt werden, dass die Untersuchung zu dieser Forschungsfrage bzw. Hypothese eher subjektiv ist. Die Kategorie wurde zwar genau abgegrenzt, jedoch ist

es möglich, dass bei einigen Rezipienten keine Emotionen ausgelöst werden, auch wenn bestimmte Reizwörter, die auf eine Auslösung solcher Emotionen hindeuten, im Artikel vorkommen.

Betrachtet man die Grafiken „Ton der Berichterstattung“, „Länge der Beiträge“ und „Bilder“, und „Bewertung des Analysematerials“, so ist ein großer Unterschied in der Berichterstattung von „Kronen Zeitung“ und „Standard“ feststellbar. Die Boulevardzeitung legt großen Wert auf die Emotionalisierung und Sensationalisierung der Berichte. Dies geschieht durch Wortwahl, Länge der Berichte und den eingesetzten Bildern. Auch die Grafik „Einschätzung der Brände und ihre Folgen“ (Abb. 12) zeigt eindeutig, dass versucht wird, beim Rezipienten durch die Einstufung „Gefährlich“ etwa Mitleid bei den betroffenen Personen zu erzeugen und dadurch Emotionen hervorzurufen. Auch der „Standard“ schätzt die Brände und ihre Folgen zum Teil als gefährlich ein, bei der Mehrheit der Beiträge wurde jedoch keine Wertung vorgenommen. Abgesehen von den Einschätzungen der Brände und den Schlagzeilen, die auch hier größtenteils einen sensationellen Charakter besitzen, ist die Berichterstattung auf dem Prinzip der Objektivität aufgebaut. Auch die Anzahl der Bilder, die im Vergleich zur „Kronen Zeitung“ relativ gering ist, lässt erkennen, dass bei der Qualitätszeitung weniger mit reißerischer Aufmachung sowie emotionalen und sensationellen Stilen gearbeitet wird, sondern die Berichterstattung auf Fakten und Tatsachen aufgebaut ist, also der Informationswert oberste Priorität hat. Die Objektivität und die Einhaltung der ethischen Richtlinien sind hier demnach gegeben.

Daher kann die Hypothese sowohl bestätigt als auch widerlegt werden. Betrachtet man die Ergebnisse beim „Standard“, kann man klar sagen, dass die Berichte überwiegend neutral geschrieben wurden. Bei der „Kronen Zeitung“ kann man die Merkmale der Boulevardpresse deutlich erkennen, da hier die emotionale Schreibweise und der Hang zur Sensationalisierung stark hervorsticht.

Forschungsfrage 3:

Haben die Journalisten im Katastrophenfall „Waldbrände in Griechenland 2007“ bei ihrer Berichterstattung die Würde bzw. Privatsphäre der Personen (Opfer) gewahrt oder wurde diese durch Berichte oder Bilder verletzt?

Hypothese 3:

Wenn sich die Journalisten an die ethischen Grundsätze im Katastrophenjournalismus gehalten haben, wurde die Würde der Opfer gewahrt.

In den meisten Fällen der untersuchten Artikel wurde keine Personalisierung vorgenommen, das heißt es wurden keine Personen genannt. Am häufigsten wurden Schuldige genannt. Die Ausprägung „Opfer“ wurde in „Opfer Einheimische“ und „Opfer Ausländer“ aufgeteilt. Die Untersuchung hat jedoch ergeben, dass hier in keiner Weise die Privatsphäre verletzt wurde, da keine Namen genannt wurden und auch keine Bilder von verletzten oder betroffenen Personen gezeigt wurden. Somit kann man klar sagen, dass hier sowohl bei der „Kronen Zeitung“ als auch beim „Standard“ die ethischen Grundsätze bzgl. Wahrung der Privatsphäre der Opfer und Betroffenen erfüllt wurden.

Zusammenfassend kann man sagen, dass die, im Rahmen dieser Arbeit möglichen untersuchten, ethischen Richtlinien vom „Standard“ zur Gänze eingehalten wurden. Hier wurde, bis auf die Schlagzeilen, primär auf den Informationswert geachtet, die Beiträge waren kaum bis gar nicht emotional aufgebaut und die Privatsphäre von Personen wurde auch nicht verletzt.

Bei der „Kronen Zeitung“ sieht es etwas anders aus. Die Privatsphäre der Opfer wurde gewahrt, die Berichterstattung jedoch wies einen sehr hohen Grad an sensationellem wie emotionsgeladenem Charakter auf, was den ethischen Grundsätzen widerspricht.

Zum Thema „Sensationalisierung der Berichterstattung“ wurde folgende Forschungsfrage gestellt:

Weist die Berichterstattung über die Waldbrände in Griechenland 2007 jene fünf Merkmale der Sensationalisierung nach Dulinski auf, und macht sie die Katastrophe somit zur Sensation?

Hypothese:

Wenn sich die Journalisten an ihre Aufgabe der objektiven Berichterstattung und Informationspflicht gehalten haben, weist die Berichterstattung die fünf Indikatoren der Sensationalisierung nicht auf und das Ereignis wurde somit von den analysierten Medien nicht zur Sensation gemacht.

Die weiterführende Frage, die hier zu stellen ist, ist folgende:

Forschungsfrage 4:

Ist hierbei ein Unterschied zwischen der Boulevardpresse und der Qualitätspresse auszumachen bzw. erkennbar?

Hypothese 4:

Da die Sensationsorientiertheit ein Merkmal der Boulevardpresse ist, ist hier ein deutlicher Unterschied zur Qualitätspresse erkennbar.

Natürlich wurde in beiden analysierten Tageszeitungen über die Waldbrände in Griechenland 2007 berichtet. Dies geschah in etwa in gleichem Ausmaß – beim „Standard“ wurde ein Artikel mehr zur Katastrophe gefunden. Was aber nicht bedeutet, dass der „Standard“ nun „sensationsgieriger“ ist, als die „Kronen Zeitung“. Denn die Auswertung der Kategorie „Länge der Beiträge“ lässt schon ansatzweise erkennen, dass die „Kronen Zeitung“ als Vertreter der Boulevardpresse die Katastrophe mehr sensationalisiert hat, als der „Standard“. In der „Kronen Zeitung“ wurden eindeutig mehr lange Beiträge publiziert. Der überwiegende Teil der Beiträge im „Standard“ waren lediglich kurze Artikel oder Meldungen. Daran erkennt man, dass die Qualitätspresse seine Leser zwar über die Geschehnisse am Laufenden gehalten hat, aber die Katastrophe durch die Länge der Beiträge nicht sensationalisiert hat. Auch die Darstellungsform der publizierten Berichte gibt Aufschluss über den Sensationalisierungsgrad der Waldbrände. Hier ist eindeutig zu erkennen, dass die „Kronen Zeitung“ viele Berichte bzw. Reportagen über das Ereignis gebracht hat und damit im Gegensatz zur Qualitätspresse steht, die überwiegend mit Meldungen bzw. kurzen Artikeln publiziert hat.

Der Einsatz von Bildern ist ein Indikator für die Sensationalisierung von Ereignissen. Hier ist klar erkennbar, dass die „Kronen Zeitung“ einen wesentlich höheren Bildanteil als der „Standard“ aufweist. Die Berichtsanalyse der „Kronen Zeitung“ ergab, dass bei einer Anzahl von 23 Artikel, die im Untersuchungszeitraum erschienen sind, 34 Bilder zu finden waren, die zum Beispiel brennende Wälder, verwüstete Dörfer, Retter und Helfer, Löschflugzeuge, etc. zeigten. Solche Bilder besitzen hohen sensationellen Charakter, da sie bei den Lesern Emotionen hervorrufen. Im Gegensatz dazu wies die Bildanzahl beim „Standard“ mit elf sensationellen Bildern bei insgesamt 24 Artikeln einen wesentlich geringeren Sensationscharakter auf. Bei mehr als der Hälfte der Berichterstattung (17 Artikel) wurde auf den Einsatz von Bildern verzichtet, die elf Bilder wurden auf sieben Artikel verteilt. Ein Bericht konnte somit zwei oder mehrere Bilder aufweisen. Auch der Ton der Berichterstattung spielt in Zusammenhang mit der Sensationalisierung eine bedeutende Rolle. Hier ist ein eindeutiger Unterschied zwischen Boulevard- und Qualitätspresse erkennbar. Während die „Kronen Zeitung“ überwiegend den sensationellen Ton, also viele Reizwörter und reißerische Ausdrücke, verwendet hat, wurde beim „Standard“ der nüchterne, sachliche Ton gewahrt. Dies bestätigt das vorherige Ergebnis, dass die Berichterstattung beim „Standard“ auf Fakten beruht, während bei der „Kronen Zeitung“

darauf abzielt, mit der emotionalen und sensationellen Berichterstattung die Leser für sich zu gewinnen.

Die wichtigste Kategorie aber, um diese Forschungsfrage richtig bzw. gänzlich beantworten zu können, ist die „Sensationalisierung der Berichte“, basierend auf den fünf Indikatoren der Sensationalisierung nach Dulinski. Die Auswertung der Artikel hat ergeben, dass im Fall der „Kronen Zeitung“ eine eindeutige Sensationalisierung der Waldbrände in Griechenland vorliegt. Durch die reißerische Aufmachung, den großzügigen Einsatz von Bildmaterial, die Platzierung der Beiträge und den Schreibstil ist hier eindeutig eine Sensationalisierung erkennbar. Das Ereignis besitzt einen sehr hohen sensationellen Charakter.

Der „Standard“ wies keine absolute Sensationalisierung der Katastrophe auf. Alle fünf Indikatoren der Sensationalisierung waren lediglich bei 4 Artikeln erkennbar. Die meisten Beiträge der Qualitätspresse fielen in die Ausprägung „gering sensationalisiert“, denn ein Indikator trat immer auf – nämlich jener der Serialisierung, der bei einer Katastrophenberichterstattung immer wirksam wird, da über einen längeren Zeitraum über das Ereignis berichtet wird und so die Aufmerksamkeit der Leser gesichert wird.

Das Ergebnis der Untersuchung lässt einen klaren Unterschied zwischen Boulevard- und Qualitätspresse erkennen. Während die Berichterstattung der „Kronen Zeitung“ sensationell bzw. emotionalisierend aufgebaut war, wurden die „Waldbrände in Griechenland 2007“ im „Standard“ eher nüchtern und objektiv dargestellt und zeigten bis auf die Schlagzeilen wenig bis keine Merkmale der Sensationalisierung auf.

9. Fazit

Die Objektivität spielt in der gesamten Berichterstattung eine primäre Rolle. Vor allem bei der Katastrophenberichterstattung sollte sehr großer Wert darauf gelegt werden, da bei solchen Ereignissen immer die Neigung zur Sensationalisierung besteht. Deshalb sollte hier die objektive Katastrophenberichterstattung möglichst eingehalten werden. Der Alltag lehrt uns aber etwas anderes. Die Boulevardmedien legen wenig Wert auf die Einhaltung der objektiven Informationspflicht. Vielmehr zeichnet sich die Boulevardpresse dadurch aus, Ereignisse aufzubauschen, durch emotionsgeladene Berichte Mitleid bei den Lesern zu erzeugen und immer wieder neue Ereignisdetails zu enthüllen, um den Rezipienten an das Medium zu binden. In Kapitel 2.7. wird beschrieben, dass dies aber nicht die Aufgabe eines Journalisten ist, vielmehr sollte er objektiv informieren und tatsachenbezogen berichten.

Die Ethik ist eng an die Objektivität geknüpft, weshalb auch ihr eine wichtige Rolle in der Katastrophenberichterstattung zugeschrieben wird. So sollte sich jeder einzelne Journalist an die ethischen Grundsätze halten. Dies ist oft leichter gesagt als getan, denn aufgrund des enormen Zeitdrucks in Katastrophenfällen sind eine gründliche Recherche und die damit verbundene Einhaltung der ethischen Richtlinien nur erschwert durchführbar. Man muss immer schneller als die Konkurrenz sein, man sollte sich von besagter abheben und differenzieren. Dies führt oft dazu, in Katastrophenfällen in eine emotionelle und sensationalisierende Berichterstattung zu verfallen, um den Leser zu generieren. Alles muss, um sich in der Medienwelt behaupten zu können, mehr werden: mehr Leid, mehr Opfer, mehr Unfassbarkeit. Ursachen und Fakten, die eigentlich wichtigsten Faktoren, bleiben oftmals auf der Strecke und werden durch sensationelle Berichte und Bilder ersetzt.

Schon die Nachrichtenforschung zeigt uns, dass Katastrophen immer zur Nachricht werden. Denn Katastrophen sind überraschende, nicht vorhersehbar Ereignisse, die eine fast 100 %ige Chance haben, berichtet zu werden. Weiters ist hier die Kontinuität von Bedeutung. Denn über solche Ereignisse wird nicht bloß einmal berichtet. Sie werden von den Medien über einen längeren Zeitraum hinweg beachtet und berichtet, und sichern sich so das Publikum. Vor allem dann, wenn die Berichterstattung einen sensationalistischen Stil aufweist und die Leserschaft somit an das Medium gebunden wird.

Der Sensationsjournalismus spielt im Zusammenhang mit Katastrophen eine große und wichtige Rolle. Bereits im 16. Jahrhundert waren die „Newen Zeytungen“, welche als Urform

der Sensationspresse gelten, durch ihren Sensationscharakter geprägt. Damals waren schon Unfälle, Naturkatastrophen, Gewaltverbrechen und Missbildungen die Hauptthemen dieser Zeitungen. Der übermäßige Anteil an Bildern zeigte die hohe Sensationsbereitschaft der Publikationen. Heute sagen wir Boulevardmedien dazu, die im Grunde genau diese Eigenschaften der Sensationalisierung verfolgen. Die Nachrichtenauswahl richtet sich hier stark nach dem vermuteten Interesse des Publikums. Beiträge über Gewalt, Verbrechen und Katastrophen nehmen wesentlich mehr Platz ein, als etwa Wirtschaft und Politik. Auffällig sind prägnante Schlagzeilen, unterschiedliche Schriftgrößen und viele Bilder. Ein sehr umgangssprachlicher Stil, Reizwörter und sehr kurze, leicht verständliche Sätze werden verwendet. Eine solche Aufmachung soll der schnellen Verständlichkeit und der Emotionalisierung dienen.

Der Qualitätsjournalismus stellt das genaue Gegenteil des Boulevardjournalismus dar. Die fehlende reißerische Aufmachung und die geringe Anzahl an Bildern zeigen, dass die Qualitätspresse mehr auf die Information, als auf die Unterhaltung achtet. Die Nachrichten werden nach Relevanz und nicht nach sensationellem Gehalt ausgewählt. Ein weiterer Aspekt ist der eher zurückhaltende Stil und komplexere Satzstrukturen und die Verwendung von mehr Fremdwörtern.

Die Ergebnisse der empirischen Untersuchung bestätigen diese Unterschiede. Während die „Kronen Zeitung“ als Vertreter der Boulevardpresse einen durchwegs sensationalistischen Stil aufwies, erfüllte der „Standard“ als Vertreter der Qualitätspresse seine Informationspflicht unter Einhaltung der ethischen Richtlinien.

So wurde bei der Frage nach der Einhaltung der Objektivität und Informationspflicht herausgefunden, dass der „Standard“ diese fast zur Gänze erfüllt. Einzig die Schlagzeilen weisen einen höheren Grad an Sensationalisierung auf. Denn die Berichte waren hauptsächlich als neutral und sachlich einzustufen.

Bei der „Kronen Zeitung“ war das genaue Gegenteil festzustellen. Durch die Aufbereitung der Schlagzeilen, der Berichte sowie der Bilder zu den Beiträgen war hier ein hohes Maß an Sensationalisierung feststellbar.

Auch die Analyse zur Einhaltung der ethischen Grundsätze erzielte das Ergebnis, dass die Qualitätspresse diese eingehalten hat, während die Boulevardpresse weniger Rücksicht auf diese Richtlinien genommen hat und in hohem Ausmaß emotionalisierende und sensationelle Berichte publizierte.

Die einzige Übereinstimmung fand sich in der Untersuchung nach dem Schutz der Privatsphäre und Würde der Opfer. Hier erfüllten sowohl die „Kronen Zeitung“ als auch der „Standard“ den ethischen Hintergrund, indem keine Opfer abgebildet wurden oder in den Berichten deren Privatsphäre verletzt wurde.

Betrachtet man die Grafik „Sensationalisierung der Beiträge“ ist wiederum festzustellen, dass die Mehrheit der Berichte in der „Kronen Zeitung“ alle fünf Indikatoren der Sensationalisierung nach Dulinski aufweist. Beim „Standard“ waren zum Großteil lediglich 1-2 Indikatoren erkennbar. Wie bei der Beantwortung der Forschungsfragen bereits erwähnt, ist dies darauf zurückzuführen, dass der Aspekt der Serialisierung immer gezählt wurde, da es sich hier um ein Ereignis handelt, über das über einen längeren Zeitraum hinweg kontinuierlich berichtet wurde.

Aufgrund dieser Analyseergebnisse kann gesagt werden, dass die „Kronen Zeitung“ im Fall der „Waldbrände in Griechenland 2007“ zur Sensationalisierung neigt, während der „Standard“ der Objektivitäts- und Informationspflicht gerecht wird.

10. Literaturverzeichnis

Altenriederer, Martina: Katastrophenhilfe. Ernährungsproblematik in Krisengebieten. Wien. DA. 2002

Altmann, Elisabeth: Österreichs öffentliche Katastrophenhilfe im Ausland. Wien. DA. 2001

Altmann, Elisabeth: Internationale Katastrophenhilfe und die Motive der öffentlichen Hand in Österreich. Frankfurt/Main. Peter Lang GmbH. 2003

Brauner, Christian: Helfer oder Störenfried. Die ambivalente Rolle der Medien bei Naturkatastrophen. In: Deutsches Komitee für Katastrophenvorsorge (Hrsg.): Naturkatastrophen und die Medien. Herausforderungen an die öffentliche Risiko- und Krisenkommunikation. Bonn. DKKV. 2000

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Wien, Köln, Weimar. Böhlau Verlag. 1998

Burkhardt, Steffen: Boulevard-Journalismus. In: Weischenberg, S./Kleinstaub, H. J./Pörksen, B. (Ed.): Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz. 2005. S. 31-35

Clausen, Lars/Dombrowsky, Wolf: Katastrophen. In: Nohlen, Dieter/Waldmann, Peter (Hrsg): Dritte Welt. Pipers Wörterbuch zur Politik (Band 6). München. 1987

Deutsches Komitee für Katastrophenvorsorge e.V.: Journalisten-Handbuch zum Katastrophenmanagement. Erläuterungen und Auswahl fachlicher Ansprechpartner zu Ursachen, Vorsorge und Hilfe bei Naturkatastrophen. 7. überarb. Aufl. 2002

Dulinski, Ulrike: Sensationsjournalismus in Deutschland. Konstanz. 2003

Foerster, Heinz von: Entdecken oder Erfinden. Wie lässt sich Verstehen verstehen? In: Heinz von Foerster (Hrsg.): Einführung in den Konstruktivismus. 6. Auflage. München. 2002

Frerichs, Stefan: Bausteine einer systemischen Nachrichtentheorie. Konstruktives Chaos und chaotische Konstruktionen. Wiesbaden. 2000

Gehlen, Arnold: Die Seele im technischen Zeitalter. Hamburg. 1957

Geipel, Robert: Naturrisiken. Katastrophenbewältigung im sozialen Umfeld. Darmstadt. Wissenschaftliche Buchgesellschaft. 1992

Glaserfeld, Ernst von: Konstruktion der Wirklichkeit und des Begriffs der Objektivität. In: Heinz von Foerster (Hrsg.): Einführung in den Konstruktivismus. 6. Auflage. München. 2002

Grausgruber, Alfred/Holley, Heinz: Zwischen Eigennutz und Solidarität. Einstellungen zu Entwicklungshilfe und Entwicklungszusammenarbeit in der österreichischen Bevölkerung. Wien. Südwind Verlag. 1997

Groth Otto: Vermittelte Mitteilung. Ein journalistisches Modell der Massenkommunikation. Hrsg. von Wolfgang R. Langenbucher. München. 1998

Hagemann, Walter: Grundzüge der Publizistik. Als eine Einführung in die Lehre von der sozialen Kommunikation. Neu hrsg. von Henk Prakke. 2., überarb. und erg. Aufl. Münster. Regensburg. 1966

Hanisch, Rolf: Katastrophen und ihre Opfer. In: Hanisch, Rolf/Moßmann, Peter (Hrsg): Katastrophen und ihre Bewältigung in den Ländern des Südens. Hamburg. 1996

Hedman, Petra: Sensation als journalistische Darstellungsform. Sensationalismus am Beispiel der Schlagzeilen von "täglich Alles" und der "Neuen Kronen Zeitung. Wien. DA. 1999

Höffe, Otfried (Hrsg.): Lexikon der Ethik. 5. überarb. Aufl. München. Beck. 1997

Hortitz, Nicoline: Von den unmenschlichen Taten des Totengräbers Heinrich Krahle zu Frankenstein. und andere wahrhaftige "Neue Zeitungen" aus der Frühzeit der Sensationspresse. Frankfurt/Main. Eichborn 1997

Holderegger, Adrian: Die ethische Dimension der Medienwirklichkeit. Ansätze zur Medienethik. In: Holderegger, Adrian (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven. Freiburg. Universitätsverlag. 1999

Huber, Christian: Das Journalismus-Netzwerk. Wie mediale Infrastrukturen journalistische Qualität beeinflussen. Innsbruck. Wien. Studien-Verlag. 1998

Knaup, Horand: Hilfe die Helfer kommen: Karitative Organisation im Wettbewerb um Spenden und Katastrophen. München. 1996

Koszyk, Kurt/Pruys Karl Hugo: Handbuch der Massenkommunikation. München. Deutscher Taschenbuch Verlag. 1981

Kramer, Andrea: Zuerst kommt die Katastrophe, dann der Journalist. Wie ethisch ist Katastrophenjournalismus? Eine Analyse der Berichterstattung ausgewählter österreichischer Printmedien am Beispiel der Hochwasserereignisse im August 2002. Wien. DA. 2005

Krämer, Walter: So lügt man mit Statistik. Frankfurt/Main. 1991

Kühne, Karlheinz: Die Pressesensation. Theorie, Wirkungsfeld und öffentliche Meinung. Wien. 1955

Lindner, Rolf: Medien und Katastrophen. Fünf Thesen. In: Dreitzel, Hans Peter/Stenger, Horst (Hrsg.): Ungewollte Selbstzerstörung. Reflexionen über den Umgang mit katastrophalen Entwicklungen. Frankfurt/Main. New York. Campus Verlag. 1990

Löffelholz, Martin: Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation. Opladen. 1993

Löffelholz, Martin: Krieg als Medienereignis 2. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert. Wiesbaden. 2004

Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien. 2. erw. Auflage. Opladen. Westdeutscher Verlag. 1996

Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim. 1994

Merten, Klaus: Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. Opladen. 1995

Möller, Ferek/Clausen, Lars: In: Plate, Erich: Naturkatastrophen und Katastrophenvorbeugung. Weinheim. 1993

Neissl, Julia/Siegert, Gabriele/Renger, Rudi (Hrsg.): Cash und Content. Populärer Journalismus und mediale Selbstthematisierung als Phänomene eines ökonomisierten Mediensystems. Eine Standortbestimmung am Beispiel ausgewählter österreichischer Medien. München. 2001

Parragh, Henriette: Sensationen in der Tagespresse. Eine inhaltsanalytische Fallstudie zum Phänomen der Sensation am Beispiel der Berichterstattung über die Ereignisse um die Geiselnahme zu Marchegg am 28. September 1973. Salzburg. Dissertation. 1976

Pürer, Heinz: Ethik im Journalismus und Massenkommunikation. In: Pubizistik 3/92. 1992

Roither, Michael: Journalismus in der Krise. Analyse der österreichischen Zeitungsberichterstattung zum Seilbahnunglück in Kaprun. Berlin. VWF Verlag. 2002

Ruhrmann, Georg: Ereignis, Nachricht und Rezipient. In: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen. Westdeutscher Verlag. 1994

Ruhrmann, Georg: Umgang der Medien mit Naturkatastrophen. In: Deutsches Komitee für Katastrophenvorsorge (Hrsg.): Naturkatastrophen und die Medien. Herausforderungen an die öffentliche Risiko- und Krisenkommunikation. Bonn. DKKV. 2000

Saxer, Ulrich: Journalistische Ethik im elektronischen Zeitalter – eine Chimäre? In: Holderegger, Adrian (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven. 2. überarb. Aufl. Freiburg. Universitätsverlag. 1999

Schilling, Michael: Bildpublizistik der frühen Neuzeit. Aufgaben und Leistungen des illustrierten Flugblatts in Deutschland bis um 1700. Tübingen. 1990

Schneider Wolf: Unsere tägliche Desinformation. wie die Massenmedien uns in die Irre führen. Hamburg. 1984

Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. 2. unv. Aufl. Freiburg/München. Alber-Broschur Kommunikation. 1990

Sebunk, Claudia: Katastrophenjournalismus – Katastrophe Journalismus. Analyse der Berichterstattung von „Neue Kronen Zeitung“, „Blick“, „Der Standard“ und „Neue Zürcher Zeitung“ über die Terroranschläge des 11. September 2001. Wien. DA. 2003

Staab, Joachim Friedrich: Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. Freiburg, München. Karl Alber Verlag. 1990

Staiger, Jan: Selbstorganisation, Nicht-Linearität, Viabilität. Eine konstruktivistisch-sozialsystemische Perspektive auf Kriegsberichterstattung. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Krieg als Medienereignis II. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert. Opladen. 2004

Stirn, Wilhelm M.: Katastrophenhilfe in Entwicklungsländern. Effizienzpotentiale der deutschen Auslandshilfe. Hamburg. 1996

Stolte, Dieter: Fernsehen am Wendepunkt. Meinungsforum oder Supermarkt. München. 1992

Thomaß, Barbara: Fünf ethische Prinzipien journalistischer Praxis. In: Debatin, Bernhard/Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz. UVK Verlagsgesellschaft. 2003

Ulfig, Alexander: Lexikon der philosophischen Begriffe. Eltville am Rhein. 1993

Wallisch, Gianluca: Journalistische Qualität. Definitionen - Modelle – Kritik. Konstanz. 1995

Weber, Stefan: Die Medienkatastrophe. In: Falter. Die Stadtzeitung. Ausgabe 46. 2000

Weischenberg, Siegfried: Journalistik. Band 1. Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitution. Opladen. Westdeutscher Verlag. 1992

Weischenberg, Siegfried/Markus Kriener/Unter Mitarb. von Wiebke Loosen: Journalistik. Medienkommunikation. Theorie und Praxis. Wiesbaden. 1995

Wilke, Jürgen: Die Aktualität der Anfänge. 40 Jahre Publizistikwissenschaft an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz. Köln. 2000

Wilke, Jürgen/Rosenberger, Bernhard: Die Nachrichten-Macher. Eine Untersuchung zu Strukturen und Arbeitsweisen von Nachrichtenagenturen am Beispiel von AP und dpa. Köln, Weimar, Wien. Böhlau Verlag. 1991

Internetquellen:

<http://www.austria.gv.at/Docs/2005/7/6/mediengesetz2005.pdf>

<http://www.campingclub.at/default.asp?ARid=446&Slid=24&a=detail>

<http://www.castelligasse.at/Werbetechnik/Media-Analyse/media-analyse.htm>

<http://presse.lebensministerium.at/article/articleview/59360/1/17622/>

<http://www.voez.at>

<http://www.wsws.org/de/2007/aug2007/grie-a28.shtml>

11. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Funktionen der Massenmedien	72
Abb. 2: Anzahl der analysierten Berichte	92
Abb. 3: Entwicklung des Berichterstattungsumfangs	93
Abb. 4: Länge der analysierten Beiträge	94
Abb. 5: Platzierung der Beiträge nach Ressort	95
Abb. 6: Darstellungsform der analysierten Beiträge	96
Abb. 7: Bilder bei den analysierten Beiträgen	98
Abb. 8: Interviewpartner/Quellen in den analysierten Beiträgen	99
Abb. 9: Inhalte der analysierten Beiträge	100
Abb. 10: Ton der Berichterstattung	102
Abb. 11: Bewertung der Schlagzeilen	103
Abb. 12: Einschätzung der Brände und ihrer Folgen	104
Abb. 13: Personalisierung	105
Abb. 14: Valenz	106
Abb. 15: Bewertung der analysierten Beiträge	107
Abb. 16: Sensationalisierung der Katastrophe	108

12. Anhang

12.1. Codebogen

Anzahl der Beiträge nach Medium	
Kronen Zeitung	Gesamtanzahl der Beiträge in der Kronen Zeitung
Der Standard	Gesamtanzahl der Beiträge im Standard
Gesamt	Gesamtanzahl der Beiträge von Kronen Zeitung und Standard
Datum	
	Unterteilung in 5 Einheiten: 1.-7. August 2007 8.-14. August 2007 15.-21. August 2007 22.-28. August 2007 29.-31. August 2007
Länge der Beiträge	
Kurz	wird codiert, wenn der Artikel weniger als ¼ Seite bzw. bis zu ¼ Seite einnimmt
Mittel	wird codiert, wenn der Artikel eine Länge von ¼ Seite bis ¾ Seite einnimmt
Lang	wird codiert, wenn der Artikel größer als eine ¾ Seite ist
Platzierung der Beiträge	
Titelseite	wird codiert, wenn Meldung oder Abbildung auf der Titelseite zu sehen ist.
Politik	wird codiert, wenn Beitrag im Ressort Politik platziert wurde
Wirtschaft	wird codiert, wenn Beitrag im Ressort Wirtschaft platziert wurde
Chronik Inland	wird codiert, wenn Beitrag im Ressort Chronik Inland platziert wurde
Chronik Ausland	wird codiert, wenn Beitrag im Ressort Chronik Ausland platziert wurde
Wissenschaft	wird codiert, wenn Beitrag im Ressort Wissenschaft platziert wurde
Meinung/Leserbrief/Kommentar/Feuilleton	wird codiert, wenn Beitrag in der Rubrik Meinung, Leserbrief, Kommentar oder Feuilleton platziert wurde
Sonstiges	wird codiert, wenn Beitrag in keinem der oben genannten Ressorts platziert wurde
Darstellungsform	
Bericht/Reportage	wird codiert, wenn Beiträge mit einem tatsachenbetonten, aber persönlichen Stil und

	eindeutig personalisierten Inhalten publiziert wurden
Interview	wird codiert, wenn eindeutig identifizierbare Interviewgespräche dargestellt werden
Meldung	wird codiert, wenn eine neutrale und sachliche Beschreibung des Ereignisses publiziert wird
Meinung/Kommentar/Leserbrief	wird codiert, wenn Beiträge subjektive Einschätzungen und Interpretationen aufweisen
Sonstiges	wird codiert, wenn Beitrag nicht bzw. nicht eindeutig einer oben genannten Darstellungsform zugewiesen werden kann.
Bilder	
Sensationeller Charakter	wird codiert, wenn brennende Wälder, zerstörte Häuser, flüchtende Menschen, Feuerwehrmänner oder Löschflugzeuge abgebildet sind
Informativer Charakter	wird codiert, wenn Statistiken oder Grafiken mit chronologischem Ablauf abgebildet sind
Keine Bilder	wird codiert, wenn keine Abbildungen sind
Interviewpartner/Quellen (Mehrfachnennung möglich)	
Experten/Wissenschaftler	wird codiert, wenn man Quelle oder Interviewpartner eindeutig Experten und Wissenschaftlern zuordnen kann
Löschkommandos/Feuerwehrmänner	wird codiert, wenn man Quelle oder Interviewpartner eindeutig Löschkommandos und Feuerwehrmännern zuordnen kann
Politiker/Ministerien	wird codiert, wenn man Quelle oder Interviewpartner eindeutig Politikern und Ministerien zuordnen kann
EU	wird codiert, wenn man Quelle oder Interviewpartner eindeutig dem Europäischen Parlament zuordnen kann
Betroffene/Opfer	wird codiert, wenn man Quelle oder Interviewpartner eindeutig Betroffenen oder Opfern zuordnen kann
Nachrichtenagentur	wird codiert, wenn man Quelle oder Interviewpartner eindeutig einer Nachrichtenagentur zuordnen kann
Kombination mehrerer Quellen	wird codiert, wenn in einem Beitrag mehrere Quellen oder Interviewpartner angegeben sind
Sonstige	wird codiert, wenn man Quelle oder Interviewpartner keiner der oben genannten Variablen zuordnen kann
Keine Angaben	wird codiert, wenn keine Quellen oder Interviewpartner genannt werden.
Inhalt	
Chronologie der Ereignisse	wird codiert, wenn Beitrag eine Auslistung des Geschehens liefert
Verbreitung/Fortschreiten der Brände	wird codiert, wenn sich Beitrag mit dem Thema der Ausweitung bzw. Andauern des

	Feuers beschäftigt
Folgen/Auswirkungen/Konsequenzen	wird codiert, wenn Thema der Beiträge Lebensgefahr, Verletzte, Todesopfer und/oder zerstörte Häuser sind
Hintergründe/Ursachen/Querverbindungen	wird codiert, wenn über Entstehung und Ursachen des Feuers berichtet wird
Nationale/Internationale Maßnahmen	wird codiert, wenn über Hilfeleistungen, finanzielle Unterstützung oder Entsendung von Hilfstruppen berichtet wird.
Verhaltensregeln	wird codiert, wenn über Tipps und Warnungen in Bezug auf das Verhalten in Brandsituationen berichtet wird.
Einzelschicksale	wird codiert, wenn Schicksale von betroffenen Menschen thematisiert werden
Hilfsarbeiten vor Ort	wird codiert, wenn über Hilfeleistungen in den von den Bränden betroffenen Gebieten berichtet wird.
Sonstiges	wird codiert, wenn Beiträge in keine von den genannten Variablen zugeordnet werden kann
Ton der Berichterstattung	
Sensationell	wird codiert, wenn reißerische Tonalität erkennbar ist
Nüchtern/sachlich	wird codiert, wenn sich Beitrag auf Fakten und Analysen bezieht.
Beruhigend	wird codiert, wenn eine beschwichtigende Ausdrucksweise verwendet wird und der Rezipient nicht in Angst und Schrecken versetzt wird.
Beunruhigend	wird codiert, wenn mit Ängsten der Rezipienten gespielt wird und negative Folgen als bestätigt dargestellt werden.
Spekulativ	wird codiert, wenn erkennbar ist, dass es sich um keine bestätigten Fakten handelt, sondern um Vermutungen.
Schlagzeile	
Reizwörter/emotionalisierend/sensationell	wird codiert, wenn Reizwörter wie Flammeninferno, Inferno, tödliche Feuer, Gefahr im Zusammenhang mit den Waldbränden vorkommen
Neutral/sachlich/nüchtern	wird codiert, wenn keine der genannten Reizwörter vorkommen
Einschätzung der Brände und ihrer Folgen	
Ungefährlich/harmlos	wird codiert, wenn im Beitrag die Brände als harmlos und ungefährlich gewertet werden
Gefährlich/tödlich	wird codiert, wenn im Beitrag die Brände als gefährlich und tödlich gewertet werden
Keine Einschätzung	wird codiert, wenn keine Wertung bzw. Einschätzung vorgenommen wird
Personalisierung	

Keine Personen	wird codiert, wenn keine Personen genannt werden
Betroffene Einheimische	wird codiert, wenn Variable „Betroffene Einheimische“ mind. 70 % des Gesamtinhalts ausmacht, da Mehrfachnennungen vermieden werden sollen
Betroffene Ausländer	wird codiert, wenn Variable „Betroffene Ausländer“ mind. 70 % des Gesamtinhalts ausmacht, da Mehrfachnennungen vermieden werden sollen
Retter/Helden	wird codiert, wenn Variable „Retter/Helden“ mind. 70 % des Gesamtinhalts ausmacht, da Mehrfachnennungen vermieden werden sollen
Schuldige	wird codiert, wenn Variable „Schuldige“ mind. 70 % des Gesamtinhalts ausmacht, da Mehrfachnennungen vermieden werden sollen
Hilfeleistende	wird codiert, wenn Variable „Hilfeleistende“ mind. 70 % des Gesamtinhalts ausmacht, da Mehrfachnennungen vermieden werden sollen
Valenz	
Schäden	wird codiert, wenn Beiträge über entstandene oder mögliche Schäden thematisieren
Fehlverhalten	wird codiert, wenn politische oder wirtschaftliche Fehler das Hauptthema des Beitrages sind
Erfolge	wird codiert, wenn Beiträge über gelöschte Feuer oder Brände, die unter Kontrolle gebracht wurden publiziert wurden
Kriminalität	wird codiert, wenn von Brandstiftern geschrieben wird.
Keine Nennung	wird codiert, wenn keine der oben genannten Variablen zutreffen
Bewertung des Analysematerials	
Sensationsorientiert/emotionalisierend	wird codiert, wenn die subjektive Einschätzung einer emotionalisierenden und sensationalisierenden Berichterstattung zugeschrieben wird.
Sachlich	wird codiert, wenn die subjektive Einschätzung einer sachlichen und neutralen Berichterstattung zugeschrieben wird.
Sensationalisierung der Beiträge	
Absolut sensationalisiert	wird codiert, wenn alle 5 Indikatoren der Sensationalisierung nach Dulinski im Beitrag auftreten
Eher sensationalisiert	wird codiert, wenn 3-4 Indikatoren der Sensationalisierung nach Dulinski im Beitrag auftreten
Gering sensationalisiert	wird codiert, wenn 1-2 Indikatoren der

	Sensationalisierung nach Dulinski im Beitrag auftreten
Gar nicht sensationalisiert	wird codiert, wenn kein Indikator der Sensationalisierung nach Dulinski im Beitrag auftreten

12.2. **Abstract**

Obwohl Naturkatastrophen dramatische Ereignisse sind, über die objektiv und informierend berichtet werden sollte, neigen die Medien, vor allem die Boulevardpresse, sehr stark zur Sensationalisierung des Geschehenen. Die vorliegende Arbeit hat sich das Ziel gesetzt, die Berichterstattung über die „Waldbrände in Griechenland 2007“ in den Tageszeitungen „Kronen Zeitung“ und „Der Standard“ zu analysieren und herauszufinden, inwieweit diese Katastrophe von den untersuchten Medien sensationalisiert wurde und welche Unterschiede zwischen Qualitäts- und Boulevardpresse zu erkennen sind. Die weitere Fragestellung war, ob die ethischen Richtlinien der Katastrophenberichterstattung eingehalten wurden. Im ersten Teil der Arbeit werden die Geschichte, die allgemeinen Prinzipien und die Aufgaben des Katastrophenjournalismus beleuchtet. In weiterer Folge werden die rechtlichen Grundlagen der Ethik sowie die Ethik in Katastrophenfällen dargestellt. Die Erklärung der Nachrichtenforschung und der Nachrichtenwerttheorien veranschaulicht, warum eine Sensation berichtenswert ist. Das Kapitel „Sensationsjournalismus“ soll Aufschluss geben, welche Aspekte bzw. Merkmale die Berichterstattung aufweisen muss, damit man von einer Sensationalisierung sprechen kann. Die Untersuchung wurde anhand einer Kombination aus qualitativer und quantitativer Inhaltsanalyse durchgeführt. Der Untersuchungszeitraum ist der 01.-31. August 2007. Es wurde ein Kategorienschema erstellt, mit Hilfe dessen die beiden Medien untersucht wurden. Die Analyse der Berichterstattung hat ergeben, dass hinsichtlich der Sensationalisierung der Katastrophe ein eindeutiger Unterschied zwischen Boulevard- und Qualitätspresse besteht. So zeigen die Ergebnisse, dass die „Kronen Zeitung“ die Katastrophe zur Sensation gemacht hat, während „Der Standard“ durch objektive Berichterstattung und Berücksichtigung der ethischen Grundsätze die Informationspflicht erfüllt hat.

12.3. Lebenslauf

Persönliche Daten

Name: Martina Elisabeth Koth
Geburtsdatum: 04. Jänner 1983
Geburtsort: Operpullendorf
Staatsbürgerschaft: Österreich

Ausbildung

1989-1990: Volksschule Wien
1990-1993: Volksschule Stoob
1993-1997: Hauptschule Stoob
1997-2002: BHAK Oberpullendorf
seit 2002: Studium der Publizistik und
Kommunikationswissenschaften an der
Universität Wien

Berufserfahrung

Mai 2004 -
Dezember 2006: MC&O GesmbH und YENI VATAN
GAZETESI (Neue Heimat Zeitung)
deutsche und englische Korrespondenz,
Rechnungsabwicklung, Verwaltung von
Datenbanken, Kundenbetreuung,
Terminkoordination, Homepagebetreuung,
Kürzung und Zusammenfassung von
diversen Texten

Jänner 2007 -
August 2007: Who is Who – Verlag für
Personenzyklopädien
Bearbeiten, Korrekturlesen und
Aufbereitung von Texten sowie diverse
Recherchen für den Online-Verlag
www.geheim.com

seit Dezember
2007: Communication Systems GmbH
Medienmanagement