



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Journalistische Qualität

Stand der Forschung, Möglichkeiten und Grenzen
der Operationalisierung, dargestellt an einer
Inhaltsanalyse des Nachrichtenmagazins „Profil“

Verfasser

Thomas Schellenberger

Angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Juli 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 301 295

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft; Gewählte Fächer
statt 2. Studienrichtung

Betreuer: Univ.-Doz. Dr. Erich Geretschlaeger

Erklärung

Ich versichere,

- dass ich die Diplomarbeit selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich sonst keiner unerlaubten Hilfsmittel bedient habe;
- dass ich dieses Diplomarbeitsthema bisher weder im In- noch im Ausland einer Beurteilerin/einem Beurteiler zur Begutachtung in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe;
- dass diese Arbeit mit der vom Begutachter beurteilten Arbeit übereinstimmt.

Wien, den 1.7.2009

Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort.....	1
2	Forschungsfragen und Design der Arbeit.....	3
2.1	Forschungsfragen	3
2.2	Qualität als Begriff.....	3
2.3	Design der Arbeit	4
3	Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen	5
3.1	Kommunikatorforschung und Journalismusforschung.....	5
3.2	Kommunikationswissenschaftliche Ansätze in Bezug auf Journalismusforschung	6
3.2.1	Der normativ-ontologische Ansatz	7
3.2.2	Der empirisch-analytische Ansatz.....	7
3.3	Journalistik	8
4	Dimensionen des Begriffs Qualität in Bezug auf Journalismus	11
4.1	Qualität als Begriff in der Kommunikations-wissenschaft.....	11
4.2	Perspektiven für die Bestimmung journalistischer Qualität	14
4.2.1	Die funktional-systemorientierte Perspektive	14
4.2.2	Die normativ-demokratieorientierte Perspektive	15
4.2.3	Die publikumsorientierte Perspektive	17
4.3	Zugangsweisen zur Bestimmung journalistischer Qualität aus Journalismustheorien	18
4.3.1	Akteursorientierte Zugangsweise.....	19
4.3.2	Rollenorientierte Zugangsweise.....	19
4.3.3	Systemorientierte Zugangsweise	20
4.4	Ausprägungen journalistischer Qualität.....	21
5	Qualitätsdiskurs und Medienethik	27
5.1	Zur Vorgeschichte des Diskurses über die Qualität von Massenmedien.....	27
5.2	Beginn des Ethikdiskurses	28
5.3	Medienethik.....	29
5.4	Themen des Ethikdiskurses	30
5.5	Tugendkatalog und ethisch-didaktische Konzepte.....	32
5.6	Vom Ethikdiskurs zum Qualitätsdiskurs	35
5.7	Facetten des Qualitätsdiskurses	37
5.7.1	Merkmale des Qualitätsdiskurses	37
5.7.2	Bezugsobjekte	38
5.7.3	Arenen/Diskurse	39
5.7.4	Akteure	39
5.8	Gemeinsamkeiten zwischen Ethik- und Qualitätsdiskurs	40

6	Qualitätskriterien für Massenmedien unter besonderer Berücksichtigung von Printmedien	43
6.1	Was Journalisten unter Qualität verstehen	43
6.2	Qualitätskriterien aus verschiedenen Perspektiven.....	47
6.2.1	Aus der funktional-systemorientierte Perspektive	47
6.2.2	Aus der normativ-demokratieorientierten Perspektive	48
6.2.3	Aus der publikumsorientierten Perspektive	49
6.3	Qualitätssicherung	50
6.3.1	Ausdifferenzierung des Journalismus	50
6.3.2	Ebenen des Qualitätsurteils	51
6.3.3	Ebenen der Qualitätssicherung.....	52
6.4	Modelle und Kataloge von Qualitätskriterien.....	58
6.4.1	Das magische Vieleck.....	58
6.4.2	Ähnliche Entwürfe	61
6.4.3	Handwerksregeln als journalistischer Qualitätsmaßstab.....	62
6.4.4	Ästhetische Qualität	64
6.5	Qualitätskriterien aus der Beschreibung von Antagonismen.....	65
6.5.1	Boulevard-/Populärjournalismus	66
6.5.2	Sensationsjournalismus	69
7	„Profil“ - ein Nachrichtenmagazin als Printformat	71
7.1	Zeitschriften, Zeitschriftensystematik	71
7.2	Publikumszeitschriften	72
7.3	Nachrichtenmagazine	73
7.4	„Der Spiegel“ – das erste Nachrichtenmagazin im deutschsprachigen Raum	75
7.5	„Profil“ – erstes österreichisches Nachrichtenmagazin auf den Spuren des „Spiegel“	77
7.6	Das Auftauchen von Nachrichten-Illustrierten	81
7.7	„Der Spiegel“ nach dem Auftauchen von „Focus“	82
7.8	„Profil“ seit „News“	83
7.9	„Profil“ ab 1998	85
7.10	„Profil“ als Objekt kommunikationswissenschaftlicher Forschung	89
8	Inhaltsanalyse	93
8.1	Arbeitshypothesen	93
8.2	Wissenschaftliche Eckpfeiler der Untersuchung	95
8.3	Inhaltsanalyse	96
8.3.1	Quantitative vs. qualitative Inhaltsanalyse	97
8.3.2	Arten der Inhaltsanalyse	99
8.3.3	Dimensionen der Inhaltsanalyse	100
8.3.4	Hermeneutik und hermeneutische Elemente innerhalb der Inhaltsanalyse	102
8.3.5	Ablauf der Inhaltsanalyse.....	103
8.3.5.1	Bedingungen und Einschränkungen.....	104
8.3.5.2	Definition der Auswahleinheit	104
8.3.5.3	Analyseeinheit	107
8.3.5.4	Codiereinheit	109
8.3.5.5	Kategorienbildung und weitere Vorgangsweise.....	110
8.3.5.6	Auswahl der formalen Kategorien	111
8.3.5.7	Inhaltliche Kategorien	112

9	Kategorienbildung und Detailergebnisse.....	113
9.1	Erste Kategorie (K 1): Sprachqualität.....	114
9.1.1	Erste Unterkategorie (UK 1.1): Sprachfehler	115
9.1.2	Zweite Unterkategorie (UK 1.2): Populärstil	120
9.1.3	Codierregel für die Kategorie Sprachqualität	126
9.2	Zweite Kategorie (K 2): Handwerksregeln.....	128
9.2.1	Erste Unterkategorie (UK 2.1): W-Fragen	129
9.2.2	Zweite Unterkategorie (UK 2.2): Ausgewogenheit	135
9.2.3	Codierregel für die Kategorie Handwerksregeln	140
9.3	Dritte Kategorie (K 3): Informationsdichte	142
9.3.1	Erste Unterkategorie (UK 3.1): Abstraktion	142
9.3.2	Zweite Unterkategorie (UK 3.2): Anschaulichkeit.....	146
9.3.3	Codierregel für die Kategorie Informationsdichte	150
9.4	Vierte Kategorie (K 4): Themensetting	152
9.4.1	Erste Unterkategorie (UK 4.1): Negatives Themensetting	153
9.4.2	Zweite Unterkategorie (UK 4.2): Positives Themensetting.....	158
9.4.3	Codierregel für Kategorie Themensetting	162
9.5	Exemplarische Darstellung einer nicht heranziehbaren Kategorie: die Trennungsnorm	166
10	Zusammenfassung.....	171
10.1	Ergebnisse hinsichtlich der Hypothesen	171
10.1.1	„Profil“ in seiner aktuellen Verfassung – das Jahr 2008.....	171
10.1.2	Veränderungen des „Profil“ hinsichtlich journalistischer Qualität in den letzten zehn Jahren	173
10.2	Kritische Betrachtung der Vorgangsweise in dieser Studie	177
10.3	Mögliche ergänzende und weiterführende Untersuchungen	179
11	Nachwort.....	181
12	Abstract.....	183
13	Quellenverzeichnis	185
13.1	Analysematerial.....	185
13.2	Gedruckte Literatur	187
13.3	Internet-Quellen	197
13.4	Interview.....	198
14	Verzeichnis der Abbildungen.....	199
15	Codiertabelle	205
	Lebenslauf.....	227

1 Vorwort

Was meint man, wenn man von einem *qualitativ hochwertigen* Medium spricht? Sind Medien, die sich als *Qualitätsmedien* bezeichnen, eo ipso als solche anzusehen? Fragen wie diese waren Auslöser für die vorliegende Arbeit.

Vermutlich vermeint der Großteil der Konsumenten genau zu wissen, welchen Medienerzeugnissen man ein Qualitätsprädikat verleihen dürfe. Dass es sich beispielsweise beim Nachrichtenmagazin „Profil“ um ein – wenn nicht um *das* – journalistische Qualitätsprodukt am österreichischen Printmediensektor handelt, ist eine häufig vorzufindende Meinung, die auch von „Profil“-Mitsreibern immer wieder engagiert vertreten wird.¹

Ist „Profil“, wie Christian Rainer, der aktuelle Herausgeber meint, „das stärkste Produkt unter Österreichs Magazinen“,² also Österreichs Nachrichtenmagazin *schlechthin*? Für „Profil“, wie auch für andere *Qualitätsmedien*, gilt: Aussagen dieser Art „wollen das Bemühen um journalistische Qualität zum Ausdruck bringen; welcher Art diese dann sein soll, ist daraus aber nicht abzulesen“.³

Die zur Klärung dieser Frage notwendige *Qualitätsdebatte* in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft setzt, wie im Rückblick zu zeigen sein wird, mit Mitte der achtziger Jahre ein. Alles, was vorher rund um das Thema journalistische Qualität diskutiert worden ist, erreicht niemals die für einen nachhaltigen wissenschaftlichen Diskurs gebotene Substanz. Journalismus- und Medienkritik erfolgen vornehmlich außerhalb wissenschaftlicher Zirkel.⁴

Im Raum stehen zu dieser Zeit historisch geformte Images *großer Zeitungen*, die im Ruf besonderer Bedeutsamkeit „für die Bewusstseins- und Meinungs-

¹ Vgl. Profil. 30 Jahre. Das Jubiläumsheft. 26.2.2001. Das Heft enthält zahlreiche diesbezügliche Aussagen aktiver oder ehemaliger „Profil“-Mitsreiter. Die Publikation „Profil“, so zum Beispiel Oscar Bronner, der Gründer des Magazins, habe von Beginn an „auf eine intelligente Art mit ihren Lesern kommuniziert“ (vgl. S. 107), habe den Journalismus des Landes „revolutioniert“ (der ehemalige Herausgeber Peter Michael Lings, S. 58) und betreibe guten Journalismus „zwischen Humor und Herzblut“ (Herausgeber Christian Rainer, S. 11).

² Aus dem Interview d. Verf. mit Rainer am 23.6.2009.

³ Wallisch, Gianluca: Journalistische Qualität. Definitionen – Modelle – Kritik. Konstanz, 1995., S. 14.

bildung der bewusstseins- und meinungsbildenden Schichten“⁵ stehen. Allenfalls getrübt von den Unkenrufern, die verlauten, „Intellektuellen-Blätter, die vorgeben, Denk- und Urteilsvermögen gepachtet zu haben, (seien) überwiegend kaum anders als die Sensationsblätter für Dr. Lieschen Müller“.⁶

Dass die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft schließlich doch zu einem Diskurs über journalistische Qualität findet, leitet endlich jenen überfälligen Klärungsprozess ein, dessen wesentliche Leistung darin besteht, einen Beitrag zur Verbesserung der publizistischen Praxis zu leisten und außerhalb des akademischen Diskurses Beachtung zu finden.⁷

Der Weg ist jedoch ein steiniger; der Satz Ruß-Mohls, „Qualität im Journalismus definieren zu wollen, gleicht dem Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln“,⁸ leitet, einem allgegenwärtigen Mantra gleich, nahezu jede einschlägige wissenschaftliche Publikation ein.⁹

Die vorliegende Arbeit steht im Zeichen des Themas *journalistische Qualität* und hat zum Ziel, den Stand des medienwissenschaftlichen Diskurses zusammenzufassen, für eine empirische Untersuchung in Form einer Inhaltsanalyse anwendbar zu machen und an einem Fallbeispiel Möglichkeiten, aber auch Grenzen derartiger Untersuchungen aufzuzeigen.

⁴ Vgl. Wallisch, Gianluca: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 12.

⁵ Imberger, Harald: Ein Ausdruck politischer Kultur. In: Imberger, Harald (Hrsg.): Blätter, die die Welt bedeuten. Zwölf Reportagen über große Zeitungen. Wien, 1981, S. 5–7, hier S. 5.

⁶ Wagner, Hans: Mit beschränkter Haftung? Gesammelte Beiträge zur Journalismus- und Medienkritik. München, 2003, S. 245.

⁷ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus – ein integratives Konzept. In: Publizistik 4/1997, S. 488–508, hier S. 503.

⁸ Ruß-Mohl, Stephan: Am eigenen Schopfe... Qualitätssicherung im Journalismus – Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche. In: Publizistik 1/1992, S. 83–96, hier S. 85.

⁹ Fabris/Renger sprechen vom nahezu „inflationären“ Zitieren dieses Satzes.

Vgl. Fabris, Hans Heinz/Renger, Rudi: Vom Ethik- zum Qualitätsdiskurs. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden, 2003, S. 79–91, hier S. 81.

2 Forschungsfragen und Design der Arbeit

2.1 Forschungsfragen

Die gegenständliche Untersuchung stellt das österreichische Nachrichtenmagazin „Profil“ zusammen mit dem Begriff der *journalistischen Qualität* in ihren Mittelpunkt. Die Untersuchung folgt vier zentralen Fragen:

- Auf welchem Stand befindet sich die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft hinsichtlich des Themas *journalistische Qualität*?
- Lässt sich, bzw., wie lässt sich aus dem Stand der Forschung eine auf einer Inhaltsanalyse aufbauende *empirische Qualitätsstudie* erarbeiten?
- Kann man „Profil“ in seiner aktuellen Verfassung aufgrund der Ergebnisse einer solchen Studie als *Qualitätsmedium* bezeichnen?
- Lassen sich im Zeitraum der letzten zehn Jahre *Schwankungen* in der journalistischen Qualität des „Profil“ feststellen?

2.2 Qualität als Begriff

Allgemein gültige Definitionen für *Qualität* stammen zumeist aus dem Wirtschaftsleben. Arnold beruft sich auf das Deutsche Normungsinstitut, wonach man unter Qualität „ganz allgemein den Grad versteht, in dem ein Produkt mit bestimmten Anforderungen übereinstimmt“,¹⁰ bezogen auf „Beschaffenheit, Güte, Wert eines Produkts, (aber auch) einer Dienstleistung oder Person“.¹¹

Das überwiegende Nutzungsverständnis, sowohl in der Alltagssprache, als auch in der Wissenschaft, geht dahin, dass der Terminus Qualität im Sinne von *guter Qualität* aufgefasst und benutzt wird. So verstanden, ist Qualität ein normativ aufgeladener Begriff. „Dies gilt vor allem, wenn ... die mangelnde

¹⁰ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 491.

¹¹ Fabris, Hans Heinz: Die Wiederentdeckung journalistischer Qualität. In: Fabris, Hans Heinz/Rest, Franz. (Hg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck, 2001, S. 11–29, hier S. 11.

Qualität von Medienangeboten problematisiert wird“,¹² wie Wolling in Bezug auf Medienkritik hinzufügt.¹³

2.3 Design der Arbeit

Die vorliegende Arbeit befasst sich zunächst mit der *wissenschaftlichen Einordnung* der Themenstellung und geht auf divergierende kommunikationswissenschaftliche Ansätze ein.

Anschließend wird der Begriff *Qualität*, ausgehend von der eben dargestellten Begriffsverwendung, anhand mehrerer Fragestellungen beleuchtet:

- Aus welchen kommunikationswissenschaftlichen *Perspektiven* lässt sich journalistische Qualität bestimmen?
- Mit welchen *Zugangsweisen*?
- Welche grundsätzlichen *Ausprägungen* journalistischer Qualität lassen sich unterscheiden?

Danach folgt eine Übersicht über die *Entstehungsgeschichte* des aktuellen Qualitätsdiskurses, sowie über den sich damit teilweise überschneidenden *Ethikdiskurs*.

Schon in Vorbereitung der nachfolgenden empirischen Untersuchung ist eine Übersicht über den Forschungsstand hinsichtlich messbarer *Qualitätskriterien* gedacht.

Schließlich werden die Hypothesen gebildet und anhand einer inhaltsanalytischen Untersuchung überprüft. Die Inhaltsanalyse stützt sich auf ein Kategorienschema, welches auf den zuvor dargestellten Qualitätskriterien aufbaut. Die Auswertung und Verifizierung der hypothetischen Ansätze soll zuletzt Antworten auf die Forschungsfragen zu geben imstande sein.

¹² Wolling, Jens: Qualitätserwartungen, Qualitätswahrnehmungen und die Nutzung von Fernsehserien. In: Publizistik, 2/2004, S. 171–193, hier S. 174.

¹³ Vgl. ebd.

3 Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen

3.1 Kommunikatorforschung und Journalismusforschung

Den ersten Ansatzpunkt für die kommunikationswissenschaftliche Einordnung der Themenstellung dieser Arbeit findet man in der *Kommunikatorforschung*. „Dazu gehören in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft jene Ansätze, die sich mit den Entstehungsbedingungen von Aussagen, insbesondere im Bereich der öffentlichen Kommunikation, in der Person bzw. der Rolle des Aussagenden beschäftigen“.¹⁴ Überwiegender Forschungsgegenstand der Kommunikatorforschung ist, aufgrund des zentralen Einflusses der Journalisten auf die Medieninhalte, die *Journalismusforschung*.¹⁵

Die wissenschaftliche Beschäftigung mit Journalismus lässt sich nach Donsbach in eine Zwei-mal-zwei-Matrix einteilen, „bei der die erste Achse den Gegenstand und die zweite die Herangehensweise beschreibt“.¹⁶ Was den *Gegenstand* betrifft, werden Ursachen oder Folgen journalistischen Handelns in Form von *Journalismustheorien* untersucht; in Bezug auf die *Herangehensweise* unterscheidet man *empirische* und *normative* Ansätze.¹⁷

		Herangehensweise	
		Empirisch	Normativ
Gegenstand	Ursachen	Gatekeeper-Ansatz; Instrumentelle Aktualisierung; Nachrichtenwert-Theorie; Organisationssoziologische Ansätze; Sozialpsychologische Ansätze; Kostruktivismus	Berufsethik; Professionalisierungstheorie; Developmental Journalism; Precision Journalism; Public Journalism
	Folgen	Theorie der Berufsrollen; Aufgabenverständnis; Systemleistungen; Systemfolgen	Normatives Konzept der Öffentlichkeit; Journalismus als Kulturleistung; Empirischer Journalismus

Abb. 1: Theorien des Journalismus nach Donsbach

¹⁴ Donsbach, Wolfgang: Journalist. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, 2009, S. 81–128, hier S. 81.

¹⁵ Vgl. ebd.

¹⁶ Donsbach, Wolfgang: Journalist... a. a. O., S. 108.

¹⁷ Vgl. Donsbach, Wolfgang: Journalist... a. a. O., S. 108 f.

3.2 Kommunikationswissenschaftliche Ansätze in Bezug auf Journalismusforschung

Das einer Sozialwissenschaft eigene Bestreben, durch „systematische Forschung und Theoriebildung zur Lösung gesellschaftlicher Probleme“¹⁸ beizutragen, äußert sich in mindestens zwei Leistungskategorien:

- in der Suche nach überprüfbaren Theorien im Vertrauen auf späteren gesellschaftlichen Nutzen (*Grundlagenforschung*)
- und in der Suche nach Befunden mit direktem praktischen Nutzen für die Gesellschaft bzw. einzelne Gesellschaftsgruppen und deren Interessen (*anwendungsorientierte Forschung*).¹⁹

Was die *Journalismusforschung* angeht, entwickeln sich ab Mitte der sechziger Jahre – vor allem im deutschsprachigen Raum aus der Diskussion über Manipulation durch Massenmedien und Folgen der Pressekonzentration – zunehmend unterschiedliche Ansichten über die „Regeln, die im Journalismus Gültigkeit besitzen“²⁰ und „die Journalisten, welche diese Regeln anwenden“.²¹

Aus dem im Zuge dessen geführten Theoriediskurs lassen sich im Wesentlichen zwei grundlegende Ansätze ermitteln, die einander – zumal in ihrem Zugang zu Themen wie Ethik oder Berufsnormen – „unversöhnlich gegenüber“²² stehen:

- der aus der traditionellen Publizistikwissenschaft stammende *normativ-ontologische Ansatz*, sowie
- der systemtheoretischen Überlegungen entstammende *empirisch-analytische Ansatz*.²³

¹⁸ Scholl, Armin/Weischenberg, Siegfried: Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie. Wiesbaden, 1998, S. 25.

¹⁹ Vgl. ebd.

²⁰ Scholl, Armin/ Weischenberg, Siegfried: Journalismus ... a. a. O., S. 27.

²¹ Ebd.

²² Weischenberg, Siegfried: Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 1: Mediensysteme – Medienethik – Mediensituationen. Wiesbaden, 2004, S. 199.

²³ Vgl. Weischenberg, Siegfried: Journalistik ... a. a. O., S. 198 ff.

3.2.1 Der normativ-ontologische Ansatz

Vor allem auf Boventer gehen Bemühungen zurück, Journalismustheorien auf eine normative Prägung des Journalismus aufzubauen. In solchen Theorien werden Maßstäbe wie *Wahrheit* absolut gesetzt und am journalistischen Individuum festgemacht.²⁴

Das Grundproblem normativ-ontologischer Ansätze liegt in der mangelnden Operationalisierbarkeit von Prinzipien wie zum Beispiel *Verantwortung*. Deshalb bedienen sich Autoren wie Boventer in ihren Begründungen eines Rückzugs auf allgemeine – manchmal sogar religiöse – Normen und Werte.²⁵

Es ist also, kurz gesagt, für Vertreter normativ-ontologischer Ansätze nicht entscheidend, *was ist*, sondern, *was sein soll*. Der hierfür notwendige *Wertekonsens*, so meinen jedoch die Verfechter des empirisch-analytischen Ansatzes, ist in einer liberal-pluralistischen Gesellschaft nur äußerst begrenzt zu erzielen. Werte der Gesellschaft seien nicht normierbar, sondern *müssten* geradezu veränderbar sein; weshalb aus dieser Sicht die Mischung aus normativen und praktischen Elementen als nicht wissenschaftsfähig erachtet wird.²⁶

3.2.2 Der empirisch-analytische Ansatz

In den sechziger Jahren erfolgt in der deutschsprachigen Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, nordamerikanischen Vorbildern folgend, eine zunehmende Abkehr vom normativ-ontologischen Ansatz. Ziel ist es, „die Publizistikwissenschaft vom Praktizismus wegzubringen und durch eine systematische *empirische Erfassung von Strukturen und Funktionen* der Medien wissenschaftlich hoffähig“²⁷ zu machen.²⁸

²⁴ Vgl. Weischenberg, Siegfried: Journalistik ... a. a. O., S. 202 ff.

²⁵ Vgl. ebd.

²⁶ Vgl. ebd.

²⁷ Weischenberg, Siegfried: Journalistik ... a. a. O., S. 206. Kursivsetzung d. Verf.

²⁸ Vgl. Weischenberg, Siegfried: Journalistik ... a. a. O., S. 206 ff.

Was Kritik seitens der Verfechter einer normativ-ontologischen Position hervorruft: Der systemtheoretische Ansatz nehme „das Individuum völlig aus dem Blickpunkt und entzöge durch einen entpersönlichten Journalismus dem ethischen Diskurs die Basis“.²⁹

Gerade für den Qualitätsaspekt (wie auch für den – wie sich zeigen wird – damit verbundenen Ethikaspekt) verursacht das unversöhnliche Nebeneinander der beiden Ansätze Schwierigkeiten beim Versuch einer allgemein gültigen Verortung in einer Journalistentheorie.

3.3 Journalistik

Einen präzisen wissenschaftlichen Orientierungskomplex für diese Arbeit stellt das Feld der *Journalistik* dar. Für Weischenberg ist Journalistik gleichzusetzen mit *Wissenschaft vom Journalismus*;³⁰ sie ist jener Bereich der Kommunikationswissenschaft, welcher sich mit dem „Journalismus und (der) Anwendung (der gewonnenen) Erkenntnisse auf die journalistische Praxis“³¹ auseinander zu setzen hat. Das Fach beschäftigt sich *theoretisch-empirisch* und *praktisch-normativ* mit dem Journalismus bzw. Bedingungen und Folgen der Aussageentstehung in den Massenmedien und stellt darüber hinaus ihr Wissen für Journalistenausbildung zur Verfügung.³²

Dass es sich bei der Journalistik nicht nur um einen vorwiegend an der journalistischen Berufspraxis orientierten Wissenschaftszweig handelt, bestätigt Ruß-Mohl, der das Fach als Scharnier zwischen Kommunikationswissenschaft und Journalismus versteht und es als ihre Kernaufgaben ansieht, Journalismus zu analysieren und zu reflektieren.³³

Rühl grenzt klar ab zwischen den Systemen Journalismus und Journalistik – der Praxisbezug der Journalistik ist keineswegs so aufzufassen, dass Praktiken des

²⁹ Weischenberg, Siegfried: *Journalistik* ... a. a. O., S. 199.

³⁰ Vgl. hierzu Weischenberg, Siegfried: *Journalistik* ... a. a. O., S. 13.

³¹ Weischenberg, Siegfried: *Journalistik* ... a. a. O., S. 13.

³² Vgl. Weischenberg, Siegfried: *Journalistik* ... a. a. O., S. 37.

Journalismus den Weg in Abläufe und Methoden der Journalistik finden können oder dass dies gar erwünscht wäre.³⁴

Gegenstände der Journalistik

Weischenberg teilt die Themen der Journalistik auf vier Forschungsebenen auf und veranschaulicht diese in seinem sogenannten *Zwiebel-Modell*.³⁵

„Ausgehend von einem äußeren Kreis von politischen – vor allem rechtlichen –, sozialen, kulturellen und historischen Rahmenbedingungen für die journalistische Berufstätigkeit, werden die Medieninstitutionen, die Abhängigkeiten von Informationsquellen und Mustern der Berichterstattung, sowie die Journalisten als Medienakteure mit einem bestimmten Rollenverständnis, soziographischen Merkmalen, politischen und kulturellen Meinungen etc. in ihren jeweiligen komplexen Wechselbezügen dargestellt. Alle diese modellhaften Kontexte sind auch für die Auseinandersetzung mit der Frage der Qualität im Journalismus von wesentlicher Bedeutung“.³⁶

Das Zwiebel-Modell ist jedoch nicht unumstritten: Löffelholz spricht diesem wohl eine wichtige Funktion als Ordnungsschema journalismusbezogener Forschungsgegenstände zu, kritisiert jedoch aus systemtheoretischer Sicht dessen Heranziehen als Grundlage der Erklärung der Beziehungen des *sozialen Systems Journalismus*. Insbesondere der Aufbau des Modells anhand von Zwiebelschalen, der eine Hierarchie der Einflüsse und damit ihre unterschiedliche Verbindlichkeit konstruiert, steht im Mittelpunkt der Kritik.

³³ Vgl. Ruß-Mohl, Stephan: Journalistik-Wissenschaft und Wissenschafts-Journalistik. Anmerkungen zu Theorie und Praxis des Wissenschaftsjournalismus. In: Publizistik 1/1987, S. 265–279, hier S. 265 f.

³⁴ Vgl. Rühl, Manfred: Journalistik – mehr als eine Kunstlehre für Journalismus? In: Koszyk, K./Schulze V. (Hrsg.): Die Zeitung als Persönlichkeit. Düsseldorf, 1982, S. S. 365–373. Zitiert in: Weischenberg, Siegfried: Journalistik ... a. a. O., S. 26.

³⁵ Vgl. Weischenberg, Siegfried: Journalistik ... a. a. O., S. 71.

³⁶ Fabris, Hans Heinz: Hoher Standard. Qualität und Qualitätssicherung im Journalismus. In: Fabris, Hans Heinz/Rest, Franz. (Hrsg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck, 2001, S. 49–71, hier S. 50 f.

Scholl/Weischenberg präzisieren allerdings auch selbst, dass das mit dem Modell entworfene Raster vornehmlich heuristischen Zwecken diene.³⁷

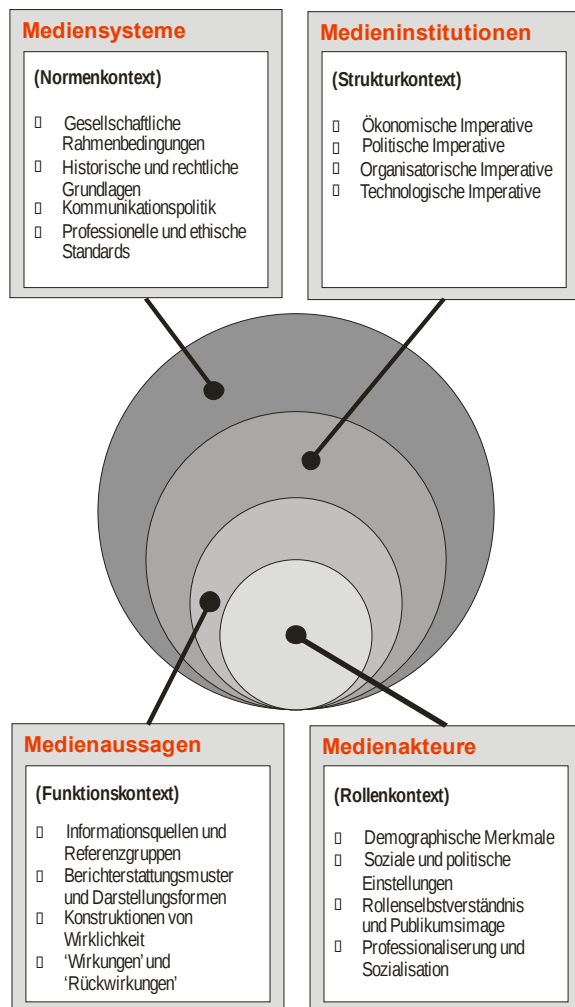


Abb. 2: Das Zwiebel-Modell nach Weischenberg

Nichts desto weniger wird das Zwiebel-Modell als Grundlage von Erklärungsmodellen innerhalb des Qualitätsdiskurses, wie auch als Basis zahlreicher empirischer Studien laufend herangezogen.³⁸

³⁷ Vgl. Löffelholz, Martin: Theorien des Journalismus. Entwicklungen, Erkenntnisse, Erfindungen – eine metatheoretische und historische Orientierung. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden, 2000, S. 15–60, S. 47.

³⁸ Vgl. z. B. Fabris, Hans Heinz: Hoher Standard ... a. a. O., S. 50 f..

Auch Löffelholz nennt zahlreiche Studien, bei denen das Zwiebel-Modell als Ausgangspunkt „bei der Bestimmung von Einflussgrößen auf journalistisches Handeln genutzt“ wurde.

Vgl. Löffelholz, Martin: Theorien des Journalismus. Entwicklungen ... a. a. O., S. 50.

4 Dimensionen des Begriffs Qualität in Bezug auf Journalismus

4.1 Qualität als Begriff in der Kommunikationswissenschaft

Versuche innerhalb der Kommunikationswissenschaft, sich dem Begriff *Qualität* zu nähern, stellen sich als äußerst komplex heraus. Ausdruck einer solchen Komplexität ist eine bis heute keineswegs abgeschlossene kommunikationswissenschaftliche Fundierung.³⁹

Bucher nennt mehrere Gründe für den komplexen Hintergrund einer Annäherung:

- „Qualitäten sind keine Eigenschaften der Gegenstände denen sie zugesprochen werden, sondern *Beobachterkonstrukte*. Daraus folgt: Jeder Beobachter fällt zunächst sein eigenes Qualitätsurteil auf der Basis seiner Position, seiner Perspektive, seiner Interessen und seiner Standards. Dementsprechend ist die Perspektive der Medienmacher von der Perspektive der Rezipienten zu unterscheiden. Der soziale Abgleich zwischen den verschiedenen Beobachterpositionen ist nur kommunikativ zu erzielen. Darin liegt auch der Sinn von Qualitätsdebatten und öffentlich geäußelter Medienkritik. Beides dient der normativen Selbstvergewisserung einer Mediengesellschaft“.⁴⁰
- Die *zahlreichen möglichen Bezugsaspekte* nennt Bucher als zweiten Grund für die Komplexität der Qualitätsdebatte. „Qualitätsurteile können auf ganz unterschiedliche Aspekte der Medienkommunikation Bezug nehmen: im Falle des Journalismus auf die Produkte, ihre gattungsspezifische Realisierung, ihre möglichen Folgen in ganz verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen, ihre Vorgeschichte, bei-

³⁹ Vgl. Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 12.

⁴⁰ Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 12., Kursivsetzung d. Verf.

spielsweise die Recherche, die Kosten, die Reichweite, die Strukturen einer Redaktion eines Verlages, einer Anstalt, die Kompetenz und die Ausbildung der Akteure. Diese Aspekte sind nicht unabhängig voneinander und eröffnen jeweils neue Beurteilungsdimensionen. Ein Teil der Schwierigkeiten, Klärungen über journalistische Qualität herbei zu führen, besteht genau darin, dass umstritten sein kann, was der jeweils relevante Aspekt ist“.⁴¹

- Eine dritte Ursache für die Komplexität von Qualitätsdebatten ortet Bucher in der Anwendung verschiedener, teilweise *zueinander in Konflikt stehender Prinzipien, Maßstäbe, Normen und Regelungen*.⁴² Dies betrifft nicht nur das Problem der Ambivalenz von Medien schlechthin, welche gleichzeitig Wirtschaftsunternehmen und Institution für die Erledigung öffentlicher Aufgaben sind,⁴³ sondern auch „Maßstäbe aus den Bereichen des Medienrechts, des Persönlichkeitsschutzes, weltanschauliche und religiöse Prinzipien, Handwerks- und How-to-do-Regeln, redaktionsspezifische Vereinbarungen oder medienethische Grundsätze. Was handwerklich gefordert sein kann, beispielsweise die Veröffentlichung einer recherchierten Information, kann unter Umständen gegen den Persönlichkeitsschutz verstoßen oder den Informantenschutz tangieren“.⁴⁴ Jedenfalls kann kein Primat einer bestimmten Norm nur aus sich selbst heraus abgeleitet werden.⁴⁵
- Und selbst für den Fall der Übereinstimmung in den Standards ist keinesfalls mit ebenso übereinstimmenden Qualitätsurteilen zu rechnen.

⁴¹ Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 13.

⁴² Vgl. ebd.

⁴³ Vgl. Weischenberg, Siegfried: Medienethik. In: Pieper, Annemarie/Thurnherr, Urs (Hrsg.): Angewandte Ethik. Eine Einführung. München, 1998, S. 219–241, hier S. 220.

Vgl. dazu auch Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 13.

Bucher geht in diesem Zusammenhang auf Weischenbergs geäußerte Theorie der Unversöhnlichkeit zwischen dem öffentlichem Prinzip der Medien und ihrem Charakter als Wirtschaftsunternehmen ein und stellt dem Karmasins „Stakeholder-Modell“ gegenüber, „bei dem die Interaktion des Medienunternehmens mit der Umwelt ... einen für alle Beteiligten transparenten Ausgleich der konfligierenden Prinzipien sicherstellen soll“

Zitiert aus: Karmasin, Matthias: Eine (Sonder-) Ethik für den Medienjournalismus. In: Ruß-Mohl, Stephan/Fengler, Susanne (Hrsg.): Medien auf der Bühne der Medien. Zur Zukunft von Medienjournalismus und Medien-PR. Berlin, 2000, S. 193–211.

⁴⁴ Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 13.

⁴⁵ Vgl. Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 13 f.

Zu groß, so Bucher als Begründung eines vierten Faktors der Komplexität der Qualitätsdebatte, sind die *möglichen Differenzen zwischen Sichtweisen und Deutungen eines identen Ausschnitts* der Medienkommunikation. Eine solche Argumentation wird im Übrigen auch für Kritik an der Inhaltsanalyse herangezogen.⁴⁶

- Schließlich nennt Bucher als fünften Punkt die *dynamische Dimension* journalistischer Qualität. Infolge dessen spielen auch institutionelle Strukturen für die Qualitätssicherung eine Rolle, da ja Qualität nicht nur einmalig bestimmt oder nachgewiesen, sondern vor allem gesichert werden muss.⁴⁷

Überdies sieht Bucher

- inhomogene *Ansätze* im Forschungsfeld *Journalismus* als Hindernis, den Qualitätsaspekt in einer Journalismus-Theorie möglichst zutreffend zu verorten;
- Probleme in der *Ausrichtung* der Journalismusforschung im Spannungsfeld zwischen anwendungsorientiert und grundlagen-theoretisch;
- Komplexität aus dem Spannungsfeld zwischen verschiedenen Typen der Normbegründungen: auf der einen Seite „deontologische ... Ansätze mit ihrer normativen Kasuistik“, andererseits „die teleologischen, utilitaristischen oder funktionalen Positionen, denen zu folge Normen einen praktischen Sinn haben müssen“.⁴⁸

Für Fabris/Renger ist jedenfalls der normative Anspruch an Wertmaßstäbe und deren Umsetzung in der journalistischen Praxis, *handlungsleitend* zu sein, unveränderlich.⁴⁹ Dies ist jedoch, entsprechend den unterschiedlichen Ansätzen

⁴⁶ Vgl. Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 14.

⁴⁷ Vgl. ebd.

⁴⁸ Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 12.

⁴⁹ Vgl. Fabris, Hans Heinz/ Renger, Rudi: Vom Ethik- zum Qualitätsdiskurs ... a. a. O., S. 81.

von normativ-ontologischen gegenüber systemtheoretischen Überlegungen, als allgemein gültiges Postulat in Frage zu stellen.

4.2 Perspektiven für die Bestimmung journalistischer Qualität

Wie bereits dargestellt, verhindern die unterschiedlichen Ansätze der Journalismusforschung eine abgeschlossene kommunikationswissenschaftliche Fundierung des Qualitätsbegriffs.

Folglich lassen sich mehrere Perspektiven voneinander abgrenzen, aus denen die Bestimmung journalistischer Qualität stattfinden kann. Arnold unterscheidet

- eine funktionale, systemtheoretisch geprägte Perspektive,
- eine normativ-demokratieorientierte Perspektive, sowie
- eine marktnahe, publikumsorientierte Perspektive.⁵⁰

4.2.1 Die funktional-systemorientierte Perspektive

Ausgangspunkt dieser Perspektive ist die *gesellschaftliche Funktion des Journalismus*, die sich im Zuge historischer Entwicklungen herausgebildet hat.⁵¹

⁵⁰ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 491 f.

⁵¹ Begründungen dazu können je nach Standpunkt system- oder akteurszentriert ausfallen. Haller beispielsweise sieht eine gelungene gesellschaftliche Kommunikation dort erfüllt, wo „Journalismus eine mediale Wirklichkeit erzeugt, die von den Kommunikationspartnern ... als Orientierung über aktuelle Ereigniszusammenhänge genutzt, zumindest so verstanden wird“, was Weischenberg, bezogen auf die Kommunikatorebene, als Auftrag an den Journalismus zur Reflexion über Selbsterwartungen sieht.

Zitiert aus: Haller, Michael: Qualität und Benchmarking im Printjournalismus. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden, 2003, S. 181–201, hier: S. 181.

Vgl. weiters Weischenberg, Siegfried: Leistung und journalistisches Bewusstsein. Zur „subjektiven Dimension“ der Qualitätsdebatte. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden, 2003, S. 163–178.

Bucher argumentiert systemtheoretisch, macht die Einhaltung kommunikationsethischer Prinzipien zur Bedingung, um Kommunikation erst zu ermöglichen und nennt vier Voraussetzungen für öffentliche Kommunikation: Es müssen relevante, ausreichende, verlässliche/wahrhaftige und verständliche Informationen bereitgestellt werden. Dazu kommen noch die Kriterien Aktualität und Vielfalt.

Vgl. Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 18 f.

Im Rahmen einer funktional differenzierten Gesellschaft nimmt dieser die Aufgabe des *aktiven Herstellens von Öffentlichkeit* wahr. Ziel ist es, „für alle die Möglichkeit der Partizipation am gesellschaftlichen Ganzen zu sichern“.⁵²

Journalismus ist „eine Reaktion auf das Problem, wie in einer komplexen und auf eine offene Zukunft ausgerichteten Gesellschaft aktuelle Handlungsorientierung für die Akteure möglich ist“.⁵³ Er erbringt eine *Orientierungsleistung* durch Information über Vorgänge in gesellschaftlichen Teilbereichen; sein *Leitcode* ist mit dem Begriffspaar *relevant/irrelevant* zu bezeichnen.⁵⁴

Neben dem Code, der die interne Handlungskonsistenz sichert, nimmt der Journalismus eine *gesellschaftliche Funktion* wahr, die darin besteht, „aktuelle Themen aus den diversen Teilsystemen der Gesellschaft zu sammeln, auszuwählen, zu bearbeiten und dann diesen Systemen als Medienangebote zur Verfügung zu stellen, um so eine möglichst anschlussfähige Selbstbeobachtung der Gesellschaft zu ermöglichen“.⁵⁵ Stärkste Beachtung finden Systeme, in die die Bevölkerung maximal involviert ist, wie Politik oder Wirtschaft.⁵⁶

4.2.2 Die normativ-demokratieorientierte Perspektive

Auf der normativ-demokratieorientierten Ebene werden Qualitätskriterien nicht mit einer aufgrund eines gesellschaftlichen Problems entstandenen Funktion begründet, „sondern mit bestimmten *fundamentalen Werten* einer demokratisch-pluralistischen Gesellschaft“.⁵⁷

Schimank führt die system- und akteursorientierten Standpunkte in seiner akteurszentrierten Differenzierungstheorie zusammen. Er hält bestimmte Akteurskonstellationen für die Ursache der Entstehung gesellschaftlicher Teilsysteme. Übergeordnete Deutungsstrukturen stehen Erwartungsstrukturen sowie konkreten Akteurskonstellationen gegenüber und dominieren diese; als Summe ergibt sich die Gestaltung sozialer Strukturen, speziell von Differenzierungsstrukturen.

Vgl. Schimank, Uwe: Funktionale Differenzierung, Durchorganisation und Integration der modernen Gesellschaft. Wiesbaden, 2005. In: Tacke, Veronika (Hrsg.): Organisation und gesellschaftliche Differenzierung. Wiesbaden, 2001, S. 19–38, hier S. 20 f.

⁵² Pöttker, Horst: Kompensation von Komplexität. Journalismustheorie als Begründung journalistischer Qualitätsmaßstäbe. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden, 2000, S. 375–390, hier S. 378.

⁵³ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 493.

⁵⁴ Vgl. ebd.

⁵⁵ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 493.

⁵⁶ Vgl. ebd.

⁵⁷ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 496. Kursivsetzung d. Verf.

Da Ausgestaltung und Performanz des Mediensystems von öffentlichem Interesse sind, wird in der Gesellschaft ein permanenter Diskurs über das Mediensystem geführt, der letztlich in *normative Bestimmungen* mündet, die auf grundlegenden Werten wie Freiheit oder Gleichheit beruhen. Aus solchen grundlegenden Werten lässt sich ein umfangreicher Katalog von Qualitätskriterien ableiten.⁵⁸

Parallel zum, aber auch im Zusammenhang mit dem Begriff des öffentlichen Interesses existiert der Begriff der *öffentlichen Aufgabe*. Diese besteht im Beitrag der Journalisten „zum Funktionieren der Demokratie und der Realisierung ihrer gesellschaftlichen Ziele“.⁵⁹ Indem der Journalismus eine Funktion innerhalb des politischen bzw. Rechtssystems ausfüllt, kann diese Funktion „mit Bezug auf bestimmte fundamentale Werte einer demokratisch-pluralistischen Gesellschaft semantisch aufgeladen werden“.⁶⁰

Neben den allgemeingültigen und für die Demokratie relevanten Werten lassen sich Qualitätskriterien überdies aus „spezifischen Anforderungen des politischen Systems bzw. den Interessen der politischen (Leistungs-)Akteure“⁶¹ heraus begründen. „Wertebezüge können dazu dienen, Ansprüche zu untermauern und politischen Einfluss zu rechtfertigen“.⁶² Umgekehrt geht es bei journalismusinternen Regelungen wie Ethikkodizes darum, einen solchen Einfluss möglichst gering zu halten.⁶³

Für die politischen Leistungsakteure besteht jedenfalls ein hohes Interesse an der Regelung journalistischer Qualitäten, sind sie doch darauf angewiesen, dass ihre Positionen im Zuge der Ausdehnung des politischen Teilsystems auf die gesamte Gesellschaft „möglichst ungefiltert möglichst viele Menschen erreichen“.⁶⁴

⁵⁸ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 496 f.

⁵⁹ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 496.

Vgl. hierzu auch: Weischenberg, Siegfried: Journalistik ... a. a. O., S. 130 ff.

⁶⁰ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 496.

⁶¹ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 497.

⁶² Ebd.

⁶³ Vgl. ebd.

⁶⁴ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 497.

Um darüber hinaus ein Feedback zu den eigenen Handlungen zu erhalten, werden die mit Glaubwürdigkeitsvorteilen ausgestatteten unabhängigen Medien systemisch bevorzugt, auch wenn diese oftmals Mono- oder Oligopole innehaben. Dies gilt auch aus der Sicht des einzelnen Bürgers, dessen Interesse darin besteht, die verschiedenen Positionen des politischen Systems samt darauf bezogener Kritik, wiederzufinden.⁶⁵

4.2.3 Die publikumsorientierte Perspektive

Die dritte mögliche Perspektive, aus der die Bestimmung journalistischer Qualität stattfinden kann, ist die Fokussierung auf die Gestaltung der Angebote nach den *Wünschen der Abnehmer*: „Die Angebote müssen attraktiv sein und im Lebensumfeld der Nutzer anwendbar sein“,⁶⁶ lautet das Motto. Der dieser Erkenntnis zugrunde liegende kommunikationswissenschaftliche Ansatz wird als *Uses and Gratifications Approach* bezeichnet.⁶⁷

Ausdruck publikumsorientierten Handelns ist *redaktionelles Marketing*, was hier nichts anderes heißt, als: die konsequente Ausrichtung des Produkts auf die Erwartungen des jeweiligen Publikums. Daraus lässt sich ein Zusammenhang zwischen Qualität und ökonomischem Erfolg herstellen, was es jedoch fraglich erscheinen lässt, aufgrund eines marketingorientierten Qualitätsbegriffs überhaupt objektive Qualitätskriterien festzulegen.⁶⁸

Wenn individuelle Präferenzen darüber entscheiden, was Qualität bedeutet, „wird der Qualitätsbegriff ... weitgehend relativiert: Alles was bei einem bestimmten Publikum Erfolg hat wäre demnach ein Qualitätsprodukt, zum Beispiel auch die „Bild“-Zeitung im Bereich der Boulevardpresse“.⁶⁹ Dass der

⁶⁵ Vgl. ebd.

⁶⁶ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 499.

⁶⁷ Vgl. u. a. Wolling, Jens: Qualitätserwartungen ... a. a. O., S. 173.

Der Uses and Gratification Approach basiert auf der ökonomischen Handlungstheorie von Esser. Vgl. Esser, Hartmut: Soziologie. Spezielle Grundlagen. 1. Band: Situationslogik und Handeln. Frankfurt am Main, 1999.

⁶⁸ Vgl. Rau, Harald: Redaktionsmarketing. Journalismus als Planungsfaktor in der Positionierung regionaler Tageszeitungen. Wiesbaden, 2000, S. 113.

⁶⁹ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 499.

Markt nun also imstande sei, publizistische Qualität aus sich heraus zu erzeugen, ist zu bezweifeln.⁷⁰

Einen nutzbaren, publikumsorientierten Ansatz für das Erstellen von Qualitätskriterien findet man vor allem im Nutzen der Medien für die Versorgung der gesellschaftlichen Akteure mit den für die Bewältigung ihrer Lebenswelten notwendigen Informationen. Es handelt sich um eine Form der *Problemlösung*, wobei auch *Unterhaltung* als indirekte Form der Problemlösung bezeichnet werden kann. Grundsätzlich sind journalistische Informationen für das Publikum jedenfalls dann von Nutzen, wenn sie für dessen Lebensalltag Relevanz besitzen, wahrgenommen werden können und Vergnügen bereiten.⁷¹

4.3 Zugangsweisen zur Bestimmung journalistischer Qualität aus Journalismustheorien

Nach der Festlegung möglicher Perspektiven, aus denen ein Qualitätsbegriff für den Journalismus entwickelt werden kann, stellt sich nun die Frage der Zuordnung von Qualitätsstandards zum System Journalismus.

Hilfreich erscheint hierbei der Rückgriff auf die von Scholl/Weischenberg angewandte Typologisierung in

- Journalismus als Addition von Personen,
- Journalismus als Addition von Berufsrollen,
- Journalismus als Ergebnis von Kommunikationsprozessen.⁷²

Bucher unterscheidet aufgrund dessen drei mögliche Zugangsweisen zur Bestimmung journalistischer Qualität:

⁷⁰ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 499 f.

⁷¹ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 501 f.

⁷² Vgl. Scholl, Armin/ Weischenberg, Siegfried: Journalismus ... a. a. O., S.25 f.

4.3.1 Akteursorientierte Zugangsweise

Qualität wird hier als „Resultat des individuellen Könnens und Wollens“⁷³ angesehen. Entsprechende Postulate stammen ursprünglich nicht aus dem Journalistischen, sondern aus der Ebene „allgemeiner Konzeptanforderungen für intellektuelle Tätigkeiten“.⁷⁴ Maßgebend für die Bildung von Qualitätsnormen für den Journalismus sind jedoch letztlich dessen didaktische Funktionen.⁷⁵

Da ein nicht-subjektiver Bezugspunkt fehlt, ist folglich die „Setzung letztgültiger, metaphysischer Standards, Normen und Maßstäbe erforderlich“.⁷⁶ Als Maßstab bedient man sich einer *Verantwortung*, die man dem Journalisten zuschreibt – die Begründung aber findet man in der *Ethik*, die auf diese Weise mit dem Thema Qualität zumindest eine Schnittmenge bildet. Verbunden mit der Gefahr, solcherart den institutionellen Rahmen journalistischen Handelns auszublenden.⁷⁷

4.3.2 Rollenorientierte Zugangsweise

Der *institutionelle Aspekt* journalistischen Handelns steht im Vordergrund, wenn man die den Journalismus konstituierenden *Rollen* als Bezugspunkt hernimmt. „Was ... einen guten Reporter ... ausmacht, ist nur bestimmbar in Bezug auf die Funktion der entsprechenden Rolle, nicht aber im Hinblick auf persönliche Vorzüge und Leistungen“⁷⁸ des entsprechenden Individuums. Anders herum gesagt: „Ohne zu wissen, was es heißt, eine Rolle ... gut oder schlecht auszufüllen, kann der Beobachter überhaupt kein Verständnis dieser spezifischen Tätigkeit aufbauen, den Rollenhandelnden selbst würde im Falle alternativer Handlungsmöglichkeit kein Entscheidungskriterium zur Verfügung stehen“.⁷⁹

⁷³ Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 15.

⁷⁴ Ebd.

⁷⁵ Vgl. Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 15 f.

⁷⁶ Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 16.

⁷⁷ Vgl. Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 15 f.

⁷⁸ Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 16.

⁷⁹ Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 17.

Bucher nennt drei spezielle Rollen-Eigenschaften, die als Grundlage für Qualitätsurteile über den Journalismus dienen können:

- Rollen sind *komplementär/relational*: Der Journalist steht in bestimmter Beziehung zu einem Handlungsträger in seiner Umgebung.
- Rollen haben eine *holistische* Implikation: Rollen sind nur bestimmbar durch Bezugnahme auf größere Einheiten. Qualitätsstandards müssen also funktional begründet werden.
- Rollen werden additiv ausgeübt: Beispielsweise, wenn ein Sportreporter gleichzeitig Sportfunktionär ist, und dies zu Konflikten aufgrund einander widersprechender Normen führt.⁸⁰

4.3.3 Systemorientierte Zugangsweise

Journalismus wird in diesem Zusammenhang als *System* aufgefasst, das selbststeuernd eine spezifische Funktion erfüllt, die es von anderen Systemen unterscheidet. Standards, Normen, Qualitätskriterien werden Teile der Steuerungsinstanzen, „die die Stabilität und Integration des Systems sowie seine Abstimmung mit anderen Systemen sicherstellen. Zentraler Referenzpunkt für journalistische Qualität ... ist ... die Basisfunktion des Journalismus selbst“.⁸¹

Qualitätsbeurteilung speist sich in diesem Zusammenhang aus *Funktionsbeschreibungen* der Massenmedien, aber auch aus normativen Vorgaben, wie Neuigkeitswert, Faktizität, Anschlussfähigkeit und Nachvollziehbarkeit, also solchen Standards, aufgrund derer Systemleistungen besser oder schlechter umgesetzt werden.⁸²

Zum Finden eines Ansatzes, der sich von einer Position der nicht-systemorientierten Bewertung von Normen absetzen soll, ist es jedoch

⁸⁰ Vgl. Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 16 f.

⁸¹ Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 18.

⁸² Vgl. Ebd.

notwendig, Qualitätsstandards wie z. B. Neuigkeitswert zu begründen und für konkrete Qualitätszuweisungen zu operationalisieren.⁸³

Und da der Journalismus im systemtheoretischen Ansatz als *geschlossenes System* aufgefasst wird, ist es notwendig, die Begründung für konstituierende Merkmale aus diesem System selbst heraus zu finden. Begründungszüge auf andere Systeme wie Politik, Wissenschaft oder Religion sind hingegen auszuschließen.⁸⁴

Auch die Annahme, dass der Journalismus selbst nicht eine Vermittlungsinstanz zu einer Realität darstellt, sondern das, was als Realität zählt, selbst konstituiert (konstruktivistische Implikation) spricht für eine operationale Geschlossenheit von Journalismus. Somit wird nicht „der Übereinstimmungsgrad mit einer objektiv gegebenen Realität, sondern die Qualität der Prozesse und Verfahren, mit denen Medienrealitäten erzeugt werden“⁸⁵ Gegenstand der Evaluierung journalistischer Leistungen.⁸⁶

4.4 Ausprägungen journalistischer Qualität

Die Frage, in welchen *Ausprägungen* Qualität im System Journalismus sich äußern kann, führt zu folgenden Überlegungen von Karmasin.

Theoretischer Hintergrund ist die *funktionelle Ambivalenz* des Journalismus, einerseits seiner öffentlichen Aufgabe zu entsprechen, andererseits markttauglich zu sein. In diesem Sinne unterscheidet Karmasin zwischen einem *Marktmodell* und einem *Moralmodell* des Journalismus, wobei Mischformen und Variationen möglich sind.

Auch beschreiben die beiden Gegenpole unterschiedliche Berufsauffassungen, wobei im Moralmodell die „Orientierung am individuellen Gewissen oder/und an

⁸³ Vgl. Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 18 f.

⁸⁴ Vgl. Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 19.

⁸⁵ Ebd.

⁸⁶ Vgl. ebd.

übergeordneten Prinzipien“,⁸⁷ beim Marktmodell ökonomische Kriterien wie das Erringen von Marktanteilen im Vordergrund stehen. In letzterem Fall dient der Markt „als Moralersatz. Qualität ist, was sich rechnet“.⁸⁸

In Bezug auf journalistische Qualität sieht Karmasin nun drei mögliche Ausprägungen. Die ersten beiden folgen seiner Auffassung der gegenläufigen Funktionen des Journalismus, nämlich:

- *Ökonomische/zweckrationale Qualität:*
Das Produkt hat „dann Qualität, wenn es bestimmten zweckrationalen Bedingungen genügt“.⁸⁹ Qualitativ gut ist etwas dann, wenn „es wertvoll ist für die subjektive Nachfrage von Individuen. ... Qualität herzustellen, heißt hier, sich den Wünschen des Marktes ... anzupassen“.⁹⁰
- *Ethische Qualität:*
Damit ist gemeint, „etwas Gutes, oder, individuell formuliert, etwas, das mit dem Gewissen in Einklang steht, herzustellen“.⁹¹ Eine Art *Redlichkeit*, die ihren Ausdruck in Dimensionen wie Verantwortung oder Objektivität findet, bildet den qualitativen Maßstab.⁹²

Überdies nennt Karmasin – ein besonderes Merkmal seiner Theorie – die *Ästhetik* als dritte Dimension:

- *Ästhetische Qualität:*
Bezugspunkt der Qualität ist die *Form*, nicht die Funktion. „Qualität herzustellen, heißt hier, etwas Schönes, Stilsicheres, oder individuell formuliert, etwas Geschmackvolles hervorzubringen“.⁹³

⁸⁷ Karmasin, Matthias: Qualität im Journalismus. Ein medienökonomisches und medienethisches Problem. Theoretische und empirische Ansätze. In: Medien-Journal 2/1996, S. 17–26, S. 25.

⁸⁸ Ebd.

⁸⁹ Karmasin, Matthias: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 18.

⁹⁰ Ebd.

⁹¹ Karmasin, Matthias: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 19.

⁹² Vgl. ebd.

⁹³ Karmasin, Matthias: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 18.

Die Ausprägungen journalistischer Qualität können auf mehreren Ebenen („Dimensionen“) realisiert werden, nämlich auf der Ebene eines *Systems* (Makro- oder Mesoebene) oder als *individuelle Qualität* (Mikroebene). Analog zu den Ansätzen der Journalismusforschung kann Qualität demgemäß als *Eigenschaft* eines Systems verstanden werden (die von jedem einzelnen Systemteilnehmer jedoch nicht realisiert werden muss), oder als allgemein akzeptierte *bottom line*, an der sich das Individuum Journalist orientiert.⁹⁴

Zusammenfassend lassen sich die Ausprägungen des Begriffs journalistische Qualität nach den definierten Kriterien wie folgt darstellen:

Dimension Kriterium	journalistische Qualität als systemische Kategorie	journalistische Qualität als individuelle Kategorie
zweckrationale Qualität	Unternehmen Markt	Profit/Einkommen
ethische Qualität	Unternehmensethik Sozialethik (Prozess)	Individuelethik (Verantwortung - Gewissen)
ästhetische Qualität	Unternehmensästhetik Schönheit	Geschmack

Abb. 3: Modell journalistischer Qualität nach Karmasin

Karmasin ist „einer der wenigen, die sich mit dem Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Moral auseinandergesetzt haben“.⁹⁵

Zum Spannungsfeld zwischen Qualitätssicherung und ökonomischem Wettbewerb

Im Gegensatz zur Öffentlichkeitsarbeit, wo Markterfolg als ein Ausweis der Qualität gilt, werden im Journalismus, wie Haas/Lojka feststellen, Qualitätsarbeit und Markterfolg zumeist als Antagonismen angesehen. Diesem

⁹⁴ Vgl. Karmasin, Matthias: Qualität im Journalismus ... a. a. O., 19 f.

⁹⁵ Fabris, Hans Heinz/Renger, Rudi: Vom Ethik- zum Qualitätsdiskurs ... a. a. O., S. 83.

Gegensatz zugrunde liegt ein „Spannungsverhältnis zwischen Moralanspruch und Marktbedarf“.⁹⁶

Wenn im ökonomischen Wettbewerb vor allem die Frage im Vordergrund steht, wer *billiger zu produzieren* versteht, gerät der Wettstreit um bessere journalistische Qualität notwendigerweise in den Hintergrund. Im Gegenteil, Qualitätseinbußen, beispielsweise in der Recherchequalität, sind die Folge.⁹⁷ Ruß-Mohl sieht demgegenüber in ökonomischem Druck einen Beitrag zur Qualitätssicherung, indem das Publikum durch verschärfte Konkurrenzbedingungen zu höheren Qualitätsansprüchen finden würde.⁹⁸

Geradezu von höchster Wichtigkeit sei die Qualitätsdebatte, wie Haas/Lojka meinen, im Zuge sich verändernder Konkurrenzsituationen für die *Überlebenschancen* zahlreicher Medienunternehmen. Erst die Propagierung von Qualität an sich erweckt nämlich eine Bereitschaft auf Käuferseite, sich auf Qualität einzulassen. Dies allerdings nur dann, wenn Orientierungsmarken geschaffen werden, an denen sich der Konsument anhalten kann.⁹⁹

Es sind also im Zusammenhang mit journalistischer Qualität sehr wohl auch ökonomischen Fragestellungen einzubeziehen, ohne jedoch die Begriffe Moral und Qualität a priori gleich zu behandeln und somit vereinfachend zu polarisieren. Vielmehr gilt es, Begriffe wie Qualitätszeitung oder Qualitätsjournalismus mit Leben zu erfüllen und ihnen nachvollziehbare Produkteigenschaften zuzuweisen.¹⁰⁰

⁹⁶ Vgl. Haas, Hannes/Lojka, Klaus: Qualität auf dem Prüfstand. Bedingungen einer kommunikativen Leistungsdiagnostik für Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit. In: Duchkowitsch, Wolfgang (Hrsg.): Journalismus als Kultur. Analysen und Essays. Opladen, 1998, S. 115–132, hier S. 119.

⁹⁷ Vgl. Heinrich, Jürgen: Medienökonomie. Band 1. Opladen, 1994. Zitiert in: Fabris, Hans Heinz: Hoher Standard ... a. a. O., S. 57.

⁹⁸ Vgl. Ruß-Mohl, Stephan: Der I-Faktor. Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus. Osnabrück, 1994, S. 106 f.

⁹⁹ Vgl. Haas, Hannes/Lojka, Klaus: Qualität auf dem Prüfstand ... a. a. O., S. 119 f.

¹⁰⁰ Vgl. ebd.

Fabris betrachtet die Steigerung der Produktqualität jedenfalls als einen effektiven Weg zum wirtschaftlichen Erfolg, wenn auch nur als eine von mehreren strategischen Möglichkeiten.¹⁰¹

¹⁰¹ Vgl. Fabris, Hans Heinz: Hoher Standard ... a. a. O., S. 58.

5 Qualitätsdiskurs und Medienethik

5.1 Zur Vorgeschichte des Diskurses über die Qualität von Massenmedien.

Wenngleich Arnold auch Ansätze von Qualitätsdenken bereits beim deutschen Gelehrten Kaspar von Stieler erkennt, der sich im 17. Jahrhundert fragt, „welchen Kriterien Zeitungen genügen müssen, um für das Publikum nützlich zu sein“,¹⁰² finden wir eine „mit sozialwissenschaftlichen Methoden arbeitende Leistungsbeurteilung von Medien auf der Basis bestimmter Wert- oder Zielvorstellungen ... in der Kommunikationswissenschaft ... erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts“.¹⁰³

Impulsgebend wirken die „Commission of Freedom of the Press“ in den vierziger Jahren sowie die in den folgenden Jahrzehnten entstehende empirische *Medienkritik* in den USA. Letztere basiert auf der Annahme einer sozialen Verantwortung der Medien und berücksichtigt primär Faktoren wie Meinungs- und Medienvielfalt oder Verständlichkeit medialer Inhalte, ohne jedoch theoriebildend zu wirken.¹⁰⁴

In den Jahrzehnten danach herrscht eine – zunehmende – Diskrepanz zwischen heftiger öffentlicher medienkritischer Diskussion und kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung, trotz diesbezüglicher Klagen relevanter Wissenschaftler.¹⁰⁵ Die Ursachen hiefür sind „im Selbstverständnis einer *positivistischen, empirisch-orientierten Wissenschaft*“¹⁰⁶ mit einem damit einhergehenden Wertfreiheitspostulat zu suchen; dies unter Berufung auf Max Weber, wonach eine „empirische Wissenschaft niemanden zu lehren vermag, was er *soll*, sondern nur, was er *kann* und unter Umständen – was er *will*“.¹⁰⁷

¹⁰² Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 489.

¹⁰³ Ebd.

¹⁰⁴ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 489 f.

¹⁰⁵ Vgl. Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 11.

¹⁰⁶ Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 11.

„Der Skeptizismus einer empirisch-analytischen Kommunikationswissenschaft gegenüber der wissenschaftlichen Behandlung von Qualitäts-, Norm- und Bewertungsfragen“¹⁰⁸ zieht überdies reflexartig Befürchtungen vor einem „weiteren Ideologisierungsschub“¹⁰⁹ nach sich.

5.2 *Beginn des Ethikdiskurses*

Zu Beginn der achtziger Jahre setzt, vornehmlich infolge „fortgesetzter spektakulärer Fehlleistungen der Medien“, ¹¹⁰ ein *Diskurs über ethisch richtiges Handeln* der Medien ein. Weischenberg nennt hierfür folgende Gründe:

- Kommerzialisierung plus Konkurrenzdruck führen den Journalismus weg von journalistischer Glaubwürdigkeit und hin zu Mitteln wie Infotainment und redaktionelles Marketing.
- Ethisches Handeln wird aufgrund der durch Konzentrationsprozesse entstandenen immer größeren Medienorganisationen durch institutionelles Handeln konditioniert.
- Die zunehmende Komplexität der Themen stellt immer größere Anforderungen an die journalistische Kompetenz.
- Eine aufkommende Vertrauenskrise der Mediennutzer gegenüber den Medien aufgrund verantwortungsloser Berichterstattung und darauf folgende Medienkritik.
- Neu entstehende Konkurrenzsituationen im Fernsehbereich, insbesondere im deutschsprachigen Raum, verbunden mit einer *Selbst-Kommerzialisierung* des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.¹¹¹

¹⁰⁷ Weber, Max: ohne Quellenangabe. Zitiert in: Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 11. Kursivsetzung d. Verf.

¹⁰⁸ Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 11.

¹⁰⁹ Saxer, Ulrich: Kommunikationsforschung und Kommunikatoren. Konstitutionsprobleme einer publizistikwissenschaftlichen Teildisziplin. In: Bentele, Günter/Haller, Michael (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen. Konstanz, 1997, S. 39–54, hier S. 47.

¹¹⁰ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 490.

¹¹¹ Vgl. Weischenberg, Siegfried: Journalistik ... a. a. O., S. 178 f.

Innerhalb des Ethikdiskurses der frühen achtziger Jahre lassen sich *drei Subdiskurse* ausmachen:

- der Diskurs über *Normen* für moralisch korrekte Handlungsweise, welche auf „zentrale gesellschaftliche oder menschliche, philosophisch begründete Werte zurückgeführt“¹¹² werden;
- der Diskurs über *Funktionen* des Journalismus und Bedingungen für die Humankommunikation.
- Überdies wird ein Diskurs über den *idealen Nutzer*, an den hohe Anforderungen gestellt werden, geführt.¹¹³

5.3 Medienethik

Unter *Ethik* im vollen Sinn versteht man einen „Bestand von Aussagen darüber, was für den Menschen gut und förderlich ist, im Unterschied zu dem, was für ihn schädlich, was für seine leibliche Handlungsfähigkeit und für seine geistige Entfaltung hinderlich ist“.¹¹⁴

Grundlegend ist *Medienethik* kein abgeschlossener oder aus sich heraus entstandener Wissenschaftszweig, sondern lediglich eine Spezifikation ethischer Fragestellungen. Als deskriptive Form der Ethik beschreibt sie das Verhalten der Menschen unter medialen Bedingungen. Ihre oberste Aufgabe ist die Schärfung des den Akteuren eigenen *Verantwortungspotenzials*.¹¹⁵

Das Feld der Medienethik kann wie folgt definiert werden:

- Medienethik untersucht den Zusammenhang zwischen medialem Ausdruck und menschlichem Verhalten;
- sie untersucht medienbedingtes Verhalten auf seine Verantwortbarkeit hin;

¹¹² Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 490.

¹¹³ Vgl. ebd.

¹¹⁴ Schneider, Hans Julius: Der systematische Ort der Medienethik – eine sprachphilosophische Perspektive. In: Debatin, Bernhard/Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz, 2003, S. 23–34, hier S. 25.

¹¹⁵ Vgl. Wiegerlink, Klaus: Medienethik. Stuttgart, 1998, S. 1.

- sie beleuchtet die Ausführungsbestimmungen ethischer Gebote unter medialen Gesichtspunkten.¹¹⁶

Medienethik lässt sich als *Berufsethik* in mehrere Felder gliedern, wobei die *journalistische Ethik* jener Teilbereich ist, welcher Überschneidungen mit den Fragestellungen dieser Arbeit bietet. Unter journalistischer Ethik versteht man „die Ethik all derer, die mittels Medien einen Beruf wahrnehmen, der eine engere oder weitere Öffentlichkeit unterrichtet“.¹¹⁷

Medienethik gestattet jedoch keinen abgeschlossenen systemtheoretischen Zugang: Als *sektorale Ethik* muss Medienethik „mit allgemeinen Ethiken kompatibel sein. Alles andere führt letztlich nur zu einem Nebeneinander von mehr oder weniger effizienten Binnenmoralen, schlimmstenfalls von mehr oder weniger mafiotischen Ehrenkodizes“.¹¹⁸

Schneider weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass es sich bei der Medienethik im Speziellen um eine *Ethik der Erzeugung* handelt. „Was sie als ethisch gut oder schlecht bewertet sind Akte der Herstellung. ... (Erst) sekundär werden dann auch die Produkte entsprechend bewertet“.¹¹⁹ Dies unterscheidet die Medienethik grundlegend von anderen angewandten Ethiken.¹²⁰

5.4 Themen des Ethikdiskurses

Wie dargestellt, setzt zu Beginn der achtziger Jahre infolge öffentlich massiv wahrnehmbarer spektakulärer Fehlleistungen der Medien ein Diskurs über ethisch richtiges Handeln der Medien ein. Im einsetzenden Ethikdiskurs, wird sowohl das *Was* als auch das *Wie* der journalistischen Darstellung diskutiert. Die Frage, ob normiert werden darf, was Gegenstand der Berichterstattung ist,

¹¹⁶ Vgl. Wiegelerlink, Klaus: Medienethik, a. a. O., S. 2

¹¹⁷ Vgl. ebd.

¹¹⁸ Vgl. Wiegelerlink, Klaus: Medienethik, a. a. O., S. 5.

¹¹⁹ Schneider, Hans Julius: Der systematische Ort der Medienethik ... a. a. O., S. 23.

¹²⁰ Vgl. Schneider, Hans Julius: Der systematische Ort der Medienethik ... a. a. O., S. 25 f.

ist allerdings umstritten, haftet einer solchen Einschränkung doch der „latente Geruch von Zensur“¹²¹ an.¹²²

Wiegerlink nennt folgende wesentliche Konfliktfelder des Ethikdiskurses:

- Das Problem der *Korruptierbarkeit*: Gemeint ist nicht nur direkte Bestechlichkeit, sondern vielmehr die Bereitschaft, sich als Journalist in seiner journalistischen Unabhängigkeit vereinnahmen zu lassen. Auch die medieninterne Korruption, beispielsweise in Form von Unterwerfung von eigenen Berichten einer freiwilligen Zensur, zählen dazu.¹²³
- Das Problem der *Sensationshascherei*: Es tritt der informelle Auftrag des Journalisten zugunsten von Effekten und Sensationen in den Hintergrund.¹²⁴ Es kommt zu Fehleinschätzungen der Realität und zu einer daraus resultierenden Veränderung der sozialen Orientierung. Überdies führt die Orientierung am Sensationellen und Spektakulären zu einer Verengung der Weltwahrnehmung auf eine reine Oberflächenwahrnehmung.¹²⁵
- Das Problem der *Verletzung von Privatheit*, also der zunutze Machung der Privatsphäre – nicht nur von Prominenten. „Das Diabolische daran ist, dass bei der entrüsteten Darstellung von Fällen journalistischer Fehlleistungen alle Elemente, auf die sich die Entrüstung bezieht, selbst Verwendung finden“.¹²⁶
- Das Problem des *Aktualitätszwanges*: Die Nachricht wird auf den Aspekt ihrer Neuigkeit reduziert, der Aspekt der tatsächlichen Relevanz bleibt unberücksichtigt. „Der Rezipient erwartet zunehmend Unmittelbarkeit, die sich bei genauerer Begutachtung meist auch nur als Inszenierung erweist“.¹²⁷

¹²¹ Wiegerlink, Klaus: Medienethik, a. a. O., S. 157.

¹²² Vgl. ebd.

¹²³ Vgl. Wiegerlink, Klaus: Medienethik, a. a. O., S. 158 f.

¹²⁴ Vgl. Wiegerlink, Klaus: Medienethik, a. a. O., S. 159 f.

Wiegerlink bezeichnet das häufig von Journalisten geäußerte Argument, man gäbe dem Rezipienten nur das, was er wünsche, als kaum zu überbietende Infamie und vergleicht es mit den Argumenten, deren sich Imperatoren einst bei öffentlichen Hinrichtungen bedient haben.

¹²⁵ Vgl. Wiegerlink, Klaus: Medienethik, a. a. O., S. 159 f.

¹²⁶ Wiegerlink, Klaus: Medienethik, a. a. O., S. 160.

¹²⁷ Wiegerlink, Klaus: Medienethik, a. a. O., S. 161.

- Das Problem der *journalistischen Omnipräsenz*: Der journalistische Anspruch, global omnipräsent zu sein, führt zu einer Berichterstattung auf Basis von Nachrichtenagenturen und globaler Vereinheitlichung der Nachrichtenströme. Das Ergebnis sind Fehldeutungen und kulturelle Blindheiten.¹²⁸
- Das Problem der *Ökonomisierung* des Journalismus: Die fortschreitende Ökonomisierung führt dazu, dass zunehmend das Ziel der Affizierung gegenüber jenem der Informierung Oberhand gewinnt.¹²⁹

5.5 Tugendkatalog und ethisch-didaktische Konzepte

Wiegerlink leitet aus den solcherart identifizierten Problemfeldern einen journalistischen Tugendkatalog ab:

- Die Tugend der *Unterlassung*: Die Einforderung von Pressefreiheit fordert als Komplement einen verantwortlichen Umgang mit dem Eingeforderten.
- Die Tugend der *Verzögerung*: Die Verzögerung der Vermittlung ungesicherter Informationen erhöht die Seriosität journalistischer Arbeit.
- Die Tugend der *Einlassung*: Der Journalist lässt sich auf Ereignisse *tatsächlich ein* und vermittelt nicht nur dessen Oberflächenphänomene.
- Die Tugend der *Berichtigung*: Fehleinschätzungen und Fehlinformationen sollen auch ohne juristische Einwände und Maßnahmen in Form von Gegendarstellungen richtiggestellt werden.¹³⁰

Aus dem medienethischen Diskurs ist nicht nur eine Vielzahl von Arbeitsgruppen und Diskussionsforen innerhalb der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft,¹³¹ sondern auch an Literatur entstanden, die sich vornehmlich mit praktischen Anweisungen an Journalisten oder aber der Beschreibung medialer Vorgänge widmen.

¹²⁸ Vgl. Wiegerlink, Klaus: Medienethik, a. a. O., S. 161 f.

¹²⁹ Vgl. Wiegerlink, Klaus: Medienethik, a. a. O., S. 162.

¹³⁰ Vgl. Wiegerlink, Klaus: Medienethik, a. a. O., S. 164 ff.

Unter anderem hat Thomaß ein didaktisches Konzept entwickelt und definiert fünf Prinzipien, die sich aus dem Beziehungsgefüge journalistischer Arbeit ergeben und fünf definierten Beziehungsebenen jeweils Prinzipien zuordnen:¹³²

Beziehungsebene	Prinzip	Grundaussage
Quellen	Informantenschutz	In der Abwägung der Interessen des Informanten gegenüber jenen der Rezipienten ist den Schutzbedürfnissen des Informanten der Vorzug zu geben.
Objekte der Berichterstattung	Persönlichkeitschutz	Die Wahrung der Persönlichkeitsrechte ist der für den Journalismus in der Regel funktionalen Verletzung oder Einschränkung der Persönlichkeitsrechte vorzuziehen.
Rezipienten	Fairness und Sorgfaltspflicht	Gegenüber den Rezipienten ist Fairness und Sorgfaltspflicht eine Erfüllung ihrer Erwartungshaltung.
Kollegen/Peers	Vermeidung von Interessenkonflikten	Die Verfolgung eigener Ziele über das Entstehen eines Interessenkonflikts hinaus ist sowohl innerhalb eines Medienunternehmens als auch in Bezug auf die Ausnützung der Beziehungen zu Peer Groups unethisch.
Öffentlichkeit	Anwendung angemessener Methoden der Recherche	Aufrichtigkeit über die eigenen Absichten als Journalist und die Anwendung angemessener Recherchemethoden, die die gebotene Distanz und Achtung im kommunikativen Umgang miteinander beachten, sind Normen, die die Reputation journalistischen Handelns in der Öffentlichkeit bestimmen.

Abb. 4: Fünf ethische Prinzipien journalistischer Praxis nach Thomaß

Der Diskurs über Medienethik ist begleitet von der ständigen Frage „der Umsetzbarkeit medienethischer Überlegungen in die Medienpraxis“.¹³³ Diesbezügliche Versuche stoßen an die Grenzen ihrer mangelnden Begründbarkeit. „Die Entwicklung begründeter normativer medienethischer Ansätze ist (jedoch) unabdingbar, damit sich die Medienethik als wirkliches Steuerungsinstrument im Medienbereich behaupten kann und der

¹³¹ Vgl. dazu Debatin, Bernhard: Zwischen theoretischer Begründung und praktischer Anwendung. Medienethik auf dem Weg zur kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin. In: Publizistik 3/2002, S. 259–264.

¹³² Vgl. Thomaß, Barbara: Fünf ethische Prinzipien journalistischer Praxis. In: Debatin, Bernhard/Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz, 2003, S. 159–168, hier S. 159 f.

¹³³ Pohla, Anika: Eine verbindliche Medienethik – ein unmögliches Unterfangen? In: Debatin, Bernhard/Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz, 2003, S. 65–79, hier S. 65.

medienethische Diskurs an der so dringend benötigten Relevanz und Verbindlichkeit gewinnt“.¹³⁴

Der Versuch, ethische Berufsgrundsätze zu formulieren, schlägt sich in zahlreichen Staaten, so auch in Österreich,¹³⁵ in der Aufstellung ethischer Normen in Form eines Ehrenkodex nieder. Doch das Ausmaß der Wirksamkeit solcher Kodizes ist, allein schon aufgrund fehlender Sanktionsmöglichkeiten diesseits der Überschreitung juristischer Normen, mangelhaft.¹³⁶

Ausdruck der Medienethik sind aber auch strenge Regeln und Kodizes innerhalb von Medienunternehmen. So ist es den Mitarbeitern der „New York Times“ untersagt, bezahlte Reden vor Repräsentanten aus Wirtschaft und Politik zu halten. Wirtschaftsredakteuren ist der Besitz von Firmen(-anteilen) untersagt, wenn sie über diese Unternehmen berichten.¹³⁷ Andere, wie die BBC, „verfassen für ihre Mitarbeiter regelrechte Bibeln“.¹³⁸

Umstritten bleibt in der Diskussion jedenfalls,

- ob sich die Medienpraxis als solche normieren lasse,
- ob die Umsetzung medienethischer Normen machbar sei,
- ob Medienakteuren ethische Verantwortung zugeschrieben werden könnten sowie
- ob es überhaupt einen Allgemeingültigkeitsanspruch einer Medienethik geben könne.¹³⁹

¹³⁴ Ebd.

¹³⁵ Angabe des Volltextes: Vgl. Österreichischer Presserat: Grundsätze für die publizistische Arbeit. Ehrenkodex für die österreichische Presse. Online unter URL: <http://www.iq-journalismus.at/cms/iq/attachments/3/8/1/CH0023/CMS1068550271908/ehrenkodex.pdf> (Abfragedatum 26.5.2009).

¹³⁶ Vgl. Washietl, Engelbert: Ethik und Verantwortung im Journalismus. In: Pürer, Heinz/Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (Hrsg.): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online. Inklusive CD-ROM mit journalistischen Beispielen. Konstanz, 2004. S. 323–340, hier S. 326 ff.

¹³⁷ Vgl. The New York Times: The New York Times Company Policy on Ethics in Journalism. Online unter URL: <http://www.nytimes.com/press/ethics.html#A7> (Abfragedatum 30.6.2009).

Vgl. hierzu auch: Ulfkotte, Udo: So lügen Journalisten. Der Kampf um Quoten und Auflagen. München, 2001, S. 377 f.

¹³⁸ Washietl, Engelbert: Ethik und Verantwortung ... a. a. O., S. 327.

¹³⁹ Vgl. Pohla, Anika: Eine verbindliche Medienethik... a. a. O., S. 66 ff.

„In der Realität moderner Medienlandschaften ist die Medienethik ... sehr oft eine leere, weiße Fläche. Auf ihr kann vieles passieren, auch manches, wofür Journalisten gar nicht die Verantwortung übernehmen möchten, obwohl sie zum Zustandekommen des Ergebnisses beitragen“. ¹⁴⁰

5.6 Vom Ethikdiskurs zum Qualitätsdiskurs

Die Leistung des Ethikdiskurses besteht darin, „theoretische Begründungen für wünschenswertes Handeln im Journalismus erarbeitet zu haben“. ¹⁴¹ Auch kann man Journalismus „nicht als Beruf ohne Moral ... (bezeichnen, jedoch) sind bei der Verwirklichung moralischer und ethischer Ansprüche deutliche Grenzen gesetzt, die sehr bewusst erlebt werden“. ¹⁴²

Vor allem der solcherart mangelnde Praxisbezug des Ethikdiskurses führt zur Ausbildung einer davon abgesetzten Qualitätsdebatte und in weiterer Folge zu einer als solchen erkennbaren Qualitätsforschung. Bereits 1981 urgieren Saxer/Kull Beurteilungsansätze, was „als eine gute bzw. missglückte publizistische Aussage zu gelten habe und warum“ ¹⁴³ und fordern die Entwicklung „journalistischer Qualitätskriterien und aussageanalytischer Messinstrumente“. ¹⁴⁴ Vorläufer einer Qualitätsdiskussion findet man weiters 1985 bei Langenbacher im Zusammenhang mit Diskussionen betreffend die Journalistenausbildung. ¹⁴⁵

Eigentlicher Ausgangspunkt breiter kommunikationswissenschaftlicher Qualitätsdebatten sind jedoch, Mitte der achtziger Jahre, die Probleme öffentlich-rechtlicher Rundfunkanbieter, die sich von der aufkommenden

¹⁴⁰ Washietl, Engelbert: Ethik und Verantwortung ... a. a. O., S. 324.

¹⁴¹ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 490.

¹⁴² Karmasin, Matthias: Journalismus: Beruf ohne Moral? Journalistisches Berufshandeln in Österreich. Wien, 1996, S. 209. Zitiert in: Vgl. Fabris, Hans Heinz/ Renger, Rudi: Vom Ethik- zum Qualitätsdiskurs ... a. a. O., S. 79.

¹⁴³ Saxer, Ulrich/Kull, Heinz: Publizistische Qualität und journalistische Ausbildung. Zürich, 1981, S. 8.

¹⁴⁴ Ebd.

¹⁴⁵ Vgl. Langenbacher, Wolfgang R.: Qualitätssicherung im Journalismus. In: Institut für Freie Berufe an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (Hrsg.): Forschung über Freie Berufe. Jahrbuch 1983/84. Nürnberg, 1985, S. 170–181.

privaten Konkurrenz abzusetzen bemühen.¹⁴⁶ Aber auch die Probleme der Tageszeitungen mit privaten Fernsehanbietern und in weiterer Folge mit dem Internet sind maßgebend.¹⁴⁷ Das Einsetzen eines Qualitätsdiskurses ist also die Folge eines „grundlegenden Strukturwandel(s) im Medienbereich“¹⁴⁸ in Gestalt von Konkurrenz- bzw. Kommerzialisierungsdruck.

Letztendlich löst der Qualitätsdiskurs den Ethikdiskurs zwar nicht ab, drängt ihn jedoch „zumindest etwas zur Seite“.¹⁴⁹ Einschlägige Publikationen in der Publizistikwissenschaft findet man ab Beginn der neunziger Jahre. Bonfadelli nennt als ersten nennenswerten deutschsprachigen Beitrag ein Themenheft mit einem Gutachten von Schatz/Schulz über „Kriterien und Methoden der Qualität von Fernsehprogrammen“.¹⁵⁰ In den Jahren darauf folgen zahlreiche weitere Veröffentlichungen, sowohl grundlagentheoretisch, als auch praxisorientiert.¹⁵¹

Zum wissenschaftlichen Schwerpunkt werden die Themen Qualität und Qualitätssicherung im Journalismus am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg, sowohl durch zahlreiche einschlägige Publikationen, als auch durch einen seit 1996 jährlich herausgegebenen Bericht zur Lage des Journalismus in Österreich.¹⁵²

Mit Beginn des 21. Jahrhunderts gewinnt der Qualitätsdiskurs weiter an Schwung.¹⁵³ Zunächst entstehen zahlreiche Arbeitsgruppen und Foren, deren erklärtes Ziel es ist, ein „Theoriedefizit in der Kommunikations- und Medienwissenschaft zu schließen, ... (die es) lange Zeit versäumt (hat), Grundlagen einer publizistischen Bewertungskultur systematisch zu entwickeln“.¹⁵⁴ Seit 2003 sind zunehmend Aktivitäten beobachtbar, „publizistische Leistungen

¹⁴⁶ Vgl. Bonfadelli, Heinz: Medieninhaltsforschung... a. a. O., S. 109.

¹⁴⁷ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 490.

¹⁴⁸ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 490.

¹⁴⁹ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 489.

¹⁵⁰ Schatz, Heribert/ Schulz, Winfried: Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: Media Perspektiven, Nr.11/1992, S. 690–712. Vgl. Bonfadelli, Heinz: Medieninhaltsforschung... a. a. O., S. 109.

¹⁵¹ Vgl. Bonfadelli, Heinz: Medieninhaltsforschung... a. a. O., S. 109.

¹⁵² Vgl. Fabris, Hans Heinz: Hoher Standard ... a. a. O., S. 49.

¹⁵³ Vgl. Bucher, Hans-Jürgen/Altmeyen, Klaus-Dieter: Vorwort. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeyen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden, 2003, S. 7.

¹⁵⁴ Bucher, Hans-Jürgen/Altmeyen, Klaus-Dieter: Vorwort ... a. a. O., S. 7.

zu evaluieren“.¹⁵⁵ Das Thema Medienqualitäten stand beispielsweise im Mittelpunkt der Jahrestagung 2005 der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.¹⁵⁶

5.7 Facetten des Qualitätsdiskurses

Bonfadelli gliedert in seinem Standardwerk „Medieninhaltsforschung“ den Stand der wissenschaftlichen Debatte derart, dass er deren *Facetten* zu mehreren Kategorien zusammenfasst.¹⁵⁷

5.7.1 Merkmale des Qualitätsdiskurses

Die Qualitätsdebatten der letzten Jahre weisen einige spezifische Merkmale auf, die Bonfadelli wie folgt benennt:

- *Leistungen vs. Fehlleistungen*: Der Diskurs speist sich vornehmlich aus der Diskussion über mediale Fehlleistungen, beispielsweise über voyeuristische Kriegsberichterstattung.
- *Aktion und Reaktion*: Häufig folgt eine Qualitätsdiskussion einem Aktions-Reaktionsschema, wobei eine extramediale Instanz, beispielsweise ein Medienexperte, einem oder mehreren Medien Fehlleistungen vorhalten und jene, meist unter Beklagen eines ‚Angriffs auf die Meinungsfreiheit‘, die Anklage pauschal zurückweisen.
- *Prospektivität und Nachhaltigkeit*: Medienunternehmen – und zunehmend auch Printmedien – formulieren prospektiv und nachhaltig Leistungskriterien für sich selbst, sei es im Kampf um Werbeaufkommen, angesichts einer spezifischen Publikumsorientierung oder im Zuge der Implementierung eines Total Quality-Managements.
- *Emotionalisierung und Kontroverse*: Öffentliche Diskussionen über Fragen im Zusammenhang mit medialen Leistungen werden häufig besonders emotional und kontrovers geführt.

¹⁵⁵ Ebd.

¹⁵⁶ Vgl. Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft: Jahrestagungen der DGPK seit 1999. Online unter URL: <<http://www.dgpuk.de/index.cfm?id=3391>> (Abfragedatum 9.4.2009).

¹⁵⁷ Vgl. Bonfadelli, Heinz. Medieninhaltsforschung... a. a. O., S. 110 ff.

- *Kriterien:*
Diskussionen über Leistungen und Qualität von Medien verfügen nicht über ausreichend definierte, sondern vieldeutige, unklare und mehrdimensionale Kriterien; Maßstäbe liegen auf unterschiedlichen Ebenen und sind nicht explizit.
- *Ad-hoc-Diskussion vs. Evaluation und Formulierung :*
Mangels ausreichender Kodifizierung von Medienleistungen entzünden sich Diskussionen mehrheitlich an Einzelfällen, anstatt dass über die Formulierung von leistungs- bzw. qualitätsbezogenen Kriterien oder Normen diskutiert würde.
- *Von der Medienkritik zur Qualitätsdiskussion:*
Medien fassen Leistungsdiskussionen häufig als Beschränkung der Meinungsfreiheit auf. Die Hinwendung zu Methoden des Qualitätsmanagements geht daher langsam vor sich.
- *Von der Inhaltsanalyse zum Qualitätsmonitoring:*
Das empirisch-analytische Neutralitätsverständnis der Publizistikwissenschaft verhindert bzw. steht zum Teil im Widerspruch zu systematisch und längerfristig angelegten Studien zur Entwicklung von Indikatoren und zum Monitoring von Medienleistungen.
- *Von der Rundfunk-Zentriertheit zur integralen Medienperspektive:*
Aufgrund des öffentlich-rechtlichen Charakters eines Teils des Rundfunks existieren für diesen Bereich wesentlich mehr kodifizierte Leistungsansprüche als für die privatwirtschaftlich organisierte Presse. In jüngster Zeit wird jedoch auch im Bereich der Printmedien, mehrheitlich aus ökonomischen Gründen, der Leistungsdiskussion breiter Raum eingeräumt – Stichwort: Total Quality Management.¹⁵⁸

5.7.2 Bezugsobjekte

Der medienkritische Leistungs- bzw. Qualitätsdiskurs bezieht sich auf folgende Objekte:

¹⁵⁸ Vgl. ebd.

- konkrete Einzelsendungen bzw. Beiträge (zumeist Streit über Einzelheiten wie den Einsatz eines Bildes zu einem Beitrag);
- ein Einzelereignis (beispielsweise die Berichterstattung über die Terroranschläge vom 11. September);
- ganze Genres (wie zum Beispiel *Reality-TV*);
- die Medien insgesamt (Diskurse über *das Fernsehen*);
- eine Redaktion;
- den Journalismus bzw. ein Teilsystem davon.¹⁵⁹

5.7.3 Arenen/Diskurse

Typologisiert man die verschiedenen Beobachterpositionen, so lassen sich folgende Arenen¹⁶⁰ bzw. Foren unterscheiden:

- privat bzw. nicht öffentlich (Individuum selbst reagiert ablehnend/zustimmend);
- Medienöffentlichkeit (Leserbriefe, Medienkritik innerhalb der Medien);
- Justiz (Einbeziehung von Beschwerdeinstanzen);
- Politik (politische, auch parlamentarische, Anfragen oder Debatten);
- Bildung und Wissenschaft (v. a. Medien- und Kommunikationswissenschaft, Medienpreise).¹⁶¹

5.7.4 Akteure

Bei den Akteuren, die an Qualitätsdiskussionen teilnehmen, besteht zunächst eine Hauptkonfliktlinie zwischen

- Journalisten/Medien und
- extramedialen Instanzen aus Politik, Wirtschaft, Kultur.

¹⁵⁹ Vgl. Bonfadelli, Heinz. Medieninhaltsforschung... a. a. O., S. 112.

¹⁶⁰ Der Begriff *Arenen* stammt von Bonfadelli selbst, Bucher spricht hingegen von einzelnen *Diskursen*, trifft jedoch eine sinngemäß nahezu idente Einteilung. Vgl. Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 12 f.

¹⁶¹ Vgl. Bonfadelli, Heinz. Medieninhaltsforschung... a. a. O., S. 113.

Weitere Akteure sind

- die Medienwissenschaften (Hauptaufgabe: Konfliktschlichter),
- zusätzliche Akteure, die nicht direkt betroffen sind (zum Beispiel Kulturphilosophen) sowie
- Vertreter anderer Sozial- oder Naturwissenschaften.¹⁶²

5.8 Gemeinsamkeiten zwischen Ethik- und Qualitätsdiskurs

Auf den ersten Blick stehen Ethik und Qualität im Journalismus, wie Fabris/Renger feststellen, „für zwei recht unterschiedliche fachwissenschaftliche wie berufspraktische Diskurse“.¹⁶³ Dennoch existieren Gemeinsamkeiten zwischen den beiden Diskursen:

- Aus der allgemeinen Definition von Qualität als „Gesamtheit von Merkmalen einer Einheit, ... bezüglich deren Eignung, festgelegte und vorausgesetzte Erfordernisse zu erfüllen“,¹⁶⁴ lässt sich für die Makroebene des Systems Journalismus folgern, dass Qualitätssicherung als komplexer Vorgang präventive, den Produktionsprozess begleitende und korrektive Elemente aufzuweisen hat, die auf allen Ebenen der journalistischen Funktionskontexte Berücksichtigung finden müssen.
- Die disziplinären und theoretischen Herangehensweisen, aber auch die Probleme, die zentralen Fragestellungen für empirische Studien entsprechend zu operationalisieren, zeigen weitere Gemeinsamkeiten zwischen Ethik- und Qualitätsdiskurs. Schon im Alltagsverständnis scheinen die Fragen nach moralisch richtigem und gutem Journalismus nahezu austauschbar zu sein.
- Ethik- wie auch Qualitätsdiskussion greifen gegenseitig in gewissem Ausmaß auf Dimensionen des jeweils anderen Diskurses zurück; sowohl beinhaltet die Ethikdiskussion die implizite Forderung nach besserer Qualität journalistischen Handelns, wie auch umgekehrt in der

¹⁶² Vgl. ebd.

¹⁶³ Fabris, Hans Heinz/ Renger, Rudi: Vom Ethik- zum Qualitätsdiskurs ... a. a. O., S. 80.

¹⁶⁴ Fabris, Hans Heinz/ Renger, Rudi: Vom Ethik- zum Qualitätsdiskurs ... a. a. O., S. 81.

Qualitätsdebatte auf die moralische Dimension Bezug genommen wird.¹⁶⁵

¹⁶⁵ Vgl. Fabris, Hans Heinz/ Renger, Rudi: Vom Ethik- zum Qualitätsdiskurs ... a. a. O., S. 79 ff.

6 Qualitätskriterien für Massenmedien unter besonderer Berücksichtigung von Printmedien

Gegenstand der Qualitätsforschung im Journalismus ist es, wie Fabris zusammenfasst, „bestimmte Merkmale, Eigenschaften, Werte eines Medienprodukts, eines Medienakteurs, Medienunternehmens oder Mediensystems zu untersuchen und spezifische Standards herauszufinden, die es erlauben, zwischen ‚gutem‘ und ‚schlechtem‘ Journalismus ... zu unterscheiden“.¹⁶⁶

Im Hinblick auf das Forschungsziel der vorliegenden Arbeit erfolgt nun eine Übersicht über konkrete, praxisbezogene Ansätze zur Ermittlung, Beschreibung, Förderung und Sicherung journalistischer Qualität. Ausgangspunkt, im Sinne eines qualifizierten Brainstormings, sind Aussagen der wichtigsten intramedialen Instanzen, der Journalisten selbst, über deren Berufsauffassung und Qualitätsansprüche.

6.1 Was Journalisten unter Qualität verstehen

Wie eine Befragung zeigt, nennen Chefredakteure österreichischer Printmedien ein überaus heterogenes Spektrum an journalistischen Qualitätskriterien. Die Bandbreite reicht von „guter Recherche und Hintergrundberichterstattung, Verantwortungsbewusstsein, Leserorientierung, Finden des Bedeutsamen und Wesentlichen, Sachlichkeit und Verständlichkeit bis hin zur Wahrung der Intimsphäre. Ein einheitliches Verständnis von journalistischer Qualität bzw. den einen Qualitätsmaßstab gibt es (demnach) auch in der journalistischen Praxis nicht“.¹⁶⁷

Bei einem Treffen des „Frankfurter Journalistenclubs“ werden als Essentials journalistischer Qualität folgende Punkte genannt:

¹⁶⁶ Fabris, Hans Heinz: Hoher Standard ... a. a. O., S. 56.

¹⁶⁷ Huber, Christian: Das Journalismus-Netzwerk. Wie mediale Infrastrukturen journalistische Qualität beeinflussen. Innsbruck, 1998, S. 59.

- Qualität der Sprache,
- Schnelligkeit der Berichterstattung,
- sauberes Informieren,
- belegbare Meinung,
- Trennung von Information und Meinung,
- die Leser instand setzen zur eigenen Urteilsbildung,
- Glaubwürdigkeit,
- Vielfalt,
- Verdeutlichung des sozialen Kontexts,
- Rücksichtnahme auf die Art der Vermittlung,
- umfassende Information,
- Wächterfunktion,
- kritische Sehweise,
- Angemessenheit der Darstellung,
- Vermeidung von Langeweile,
- Gewährleistung Verständlichkeit.¹⁶⁸

In Österreich und der Schweiz entstehen ab 1999 qualitätsfördernde Initiativen von Akteuren aus dem Journalismus. In der *Schweiz* wird im Jahr 1999 am MAZ Luzern von 32 Medienschaffenden der „Verein Qualität im Journalismus“ gegründet.¹⁶⁹ Vereinszweck ist die Förderung und Sicherung der journalistischen Qualität in den Medien. Als Grundlage wird am 1.11.1999 eine Charta verabschiedet, in der folgende Ziele für Vertreter „aller im Journalismus involvierten Berufe, Bereiche und Funktionen“¹⁷⁰ definiert werden:

- „Qualität im Journalismus orientiert sich am Kodex ‚Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten‘ als ethischer Richtschnur.
- Qualität im Journalismus benötigt Leitplanken. Dies bedeutet, dass Medienunternehmen Leitbilder formulieren, qualitative Standards und Ziele definieren und Redaktionsstatute schaffen, welche die innere

¹⁶⁸ Vgl. Erhart, Verena: Qualitätsjournalismus am Beispiel der New York Times. Is all the news really fit to print? Eine kritische Untersuchung über die New York Times als Beispiel einer Qualitätszeitung. Diplomarbeit, Wien, 2005, S. 12 f.

¹⁶⁹ Vgl. Verein Qualität im Journalismus: Wir über uns – unsere Charta. Online unter URL: <http://www.quajou.ch/charta.php> (Abfragedatum 19.4.2009).

¹⁷⁰ Verein Qualität im Journalismus: Wir über uns ... a. a. O.

Pressefreiheit garantieren und die Mitwirkungsrechte der Journalistinnen und Journalisten regeln.

- Qualität im Journalismus erfordert eine solide Aus- und Weiterbildung. Journalistinnen und Journalisten werden an Universitäten, Fachhochschulen, Journalismusschulen und in Medienunternehmen professionell geschult und regelmäßig weitergebildet, damit sie ihre Kompetenzen erneuern und erweitern können.
- Qualität im Journalismus setzt auf individuelle Kompetenz. Medienunternehmen orientieren sich bei der Auswahl des Personals und bei der Personalführung an klar definierten Qualitätsstandards.
- Qualität im Journalismus erfordert gute Arbeitsbedingungen und soziale Sicherheiten, die den beruflichen Anforderungen und der Verantwortung von Journalistinnen und Journalisten Rechnung tragen. Die Medienunternehmen bieten ihren redaktionellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine moderne Infrastruktur und Zugang zu allen relevanten Informationsquellen.
- Qualität im Journalismus setzt die Beherrschung des journalistischen Handwerks voraus. Medienschaffende sind präzise in der Wahrnehmung und Wiedergabe. Sie achten auf eine gepflegte Sprache, vermeiden belastete und beleidigende Begriffe und bemühen sich um einen guten Stil.
- Qualität im Journalismus heißt intensive Recherche. Medienunternehmen sorgen für die notwendigen Ressourcen und den zeitlichen Freiraum. Journalistinnen und Journalisten bereiten sich solide und sorgfältig vor, befragen umsichtig, unbefangen und hartnäckig und sind offen für jedwede Ergebnisse.
- Qualität im Journalismus stützt sich auf zuverlässige Quellen. Journalistinnen und Journalisten überprüfen fragwürdige Informationen, machen Gegenproben und stellen Transparenz über ihre Quellen her, sofern sie nicht gefährdete Informanten schützen müssen.
- Qualität im Journalismus bedingt Unabhängigkeit. Medienschaffende sind in ihrer publizistischen Arbeit vorrangig der Öffentlichkeit verpflichtet. Sie trennen deutlich redaktionelle Inhalte und Werbung,

unterscheiden klar zwischen Journalismus und Public Relations und halten Bericht und Kommentar auseinander.

- Qualität im Journalismus stärkt sich durch eine interne Kritikkultur. Dazu gehört, dass Verantwortliche Texte gegenlesen, Beiträge abnehmen und die Ergebnisse in der Blatt- oder Sendekritik analysieren, begutachten und diskutieren. Fehler, die Journalistinnen und Journalisten selber entdecken, berichtigen sie unverzüglich und aus eigenem Antrieb.
- Qualität im Journalismus braucht externe Medienkritik. Die Medienverantwortlichen sorgen für die permanente journalistische Auseinandersetzung mit Medienunternehmen und Medienprodukten, auch aus dem eigenen Hause. Sie publizieren die sie betreffenden Stellungnahmen des Presserates und der Ombudstellen und ziehen die notwendigen Konsequenzen.
- Qualität im Journalismus schöpft aus neuen Erkenntnissen. Medienverantwortliche und Medienschaffende sind an der wissenschaftlichen Forschung interessiert und arbeiten mit ihr zusammen“.¹⁷¹

Auch in Österreich wird im Jahr 2000 ein „Verein zur Förderung der Qualität im Journalismus“ gegründet. Im Eingangsstatement der Website listet Washietl im Namen des Vereins Einzelmerkmale journalistischer Qualität auf:

- „Genauigkeit im Umgang mit Fakten,
- wohl überlegte Auswahl der Nachrichten je nach ihrer Relevanz,
- Auseinandersetzung mit Sachverhalten, anstatt billige Personenstücke zu dramatisieren,
- Orientierung an einem Objektivitätsziel,
- Orientierung an Menschenrechtsnormen,
- Ausleuchten von Hintergründen.
- Oder auch, wie ... Ruß-Mohl in Bezug auf die professionellen Nöte mit Marktgesetzen und Quoten meint: Ein seriöser Journalismus versteigert seine Aufmerksamkeit nicht meistbietend, sondern teilt sie unbestechlich

¹⁷¹ Ebd.

nach seinen eigenen journalistischen Kriterien, also nach Nachrichtenwerten, zu“.¹⁷²

6.2 Qualitätskriterien aus verschiedenen Perspektiven

6.2.1 Aus der funktional-systemorientierte Perspektive

Da, wie gezeigt, Funktion und Code des Journalismus ihrem Sinn nach unveränderlich sind und normative Kraft gewinnen, lassen sich aus ihnen qualitative Kriterien ableiten, die die Identität des Systems umreißen und dessen gesellschaftliche Bedeutung begründen:

- Vielfalt:

Bereiche der Gesellschaft sind umso vielfältiger darzustellen, als sie einen höheren Inklusionsgrad der Bevölkerung aufweisen. „Wichtig ist eine prinzipielle Offenheit, um so die Chance zu bieten, dass sich die jeweils beste Lösung für gesellschaftliche Probleme durchsetzen kann: Es dürfen also nicht immer die gleichen (Elite-)Personen mit ihren Positionen und Themen zu Wort kommen, sondern es müssen auch neue (Elite-)Personen mit ungewöhnlichen Positionen und Themen aktiv einbezogen werden“.¹⁷³

- Aktualität/Neuigkeitswert:

Der Aspekt der Aktualität ist ein prinzipielles Differenzierungsmerkmal von Journalismus. Der Bezug auf die mit der Jetzt-Zeit verbundenen Gesellschaftsbeobachtung ist somit konstitutiv für den Journalismus, die Aktualität ein Kriterium für die qualitative Erfüllung seiner Funktion.¹⁷⁴

- Unabhängigkeit/Glaubwürdigkeit:

Die Angebote des Journalismus haben glaubwürdig zu sein und dürfen sich nicht der Logik anderer Systeme unterwerfen. Die Bedürfnisse des

¹⁷² Washietl, Engelbert: Qualitätsdebatte in Österreich. Online unter URL: http://www.iq-journalismus.at/cms/iq/wir-ueber-uns_lang.htm (Abfragedatum 19.4.2009).

¹⁷³ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 494.

¹⁷⁴ Vgl. ebd.

Publikums bzw. der Gesellschaft bestimmen die Orientierung, nicht politische oder ökonomische Handlungslogiken.¹⁷⁵

- Recherche

Recherche schafft Selbstbeobachtung, die über die Interessen einzelner Teilsysteme hinausgeht und auf die Interessen der Klienten bezogen ist. Wenn auch der Journalist nicht alle Informationen über ein Teilsystem recherchieren kann, ist doch auch schon die bloße Möglichkeit zur Recherche als geeignete *Bedrohung* für andere Systeme anzusehen.¹⁷⁶

- Zugänglichkeit

„Diese richtet sich nach dem jeweiligen Publikum und ist von den technischen Bedingungen der Medien abhängig. Allgemein geht es hier um den Einsatz von Sprache, Optik und Ton mit dem Ziel, Informationen möglichst verständlich, übersichtlich und anschaulich zu präsentieren“.¹⁷⁷

6.2.2 Aus der normativ-demokratieorientierten Perspektive

Qualitätskriterien basierend auf der öffentlichen Aufgabe der Medien werden sowohl in gesetzlichen Regelungen, als auch in journalismusinternen Ethikkodizes genannt. Allerdings bestehen deutliche Unterschiede zwischen verschiedenen Mediengattungen und Organisationsformen; besonders strengen Regulierungen unterliegt beispielsweise der öffentlich-rechtliche Rundfunk.¹⁷⁸

Ähnlich den Qualitätskriterien, die sich aus der funktional-systemorientierten Perspektive ableiten lassen, spielen aus einer normativ-demokratieorientierten Perspektive Kriterien wie Meinungsvielfalt, Wahrhaftigkeit/Richtigkeit, Recherche, Unabhängigkeit und Kritik eine Rolle; indirekt von Bedeutung sind jedoch Kriterien wie Relevanz, Aktualität und Zugänglichkeit, auch wenn diese Eingang in Pressekodizes gefunden haben.¹⁷⁹

Aufgrund der Bedeutung für das politische System betonen gesetzliche Regelungen als zusätzliche Qualität insbesondere die Unparteilichkeit, „die sich

¹⁷⁵ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 494 f.

¹⁷⁶ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 495.

¹⁷⁷ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 495.

¹⁷⁸ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 496 f.

in Ausgewogenheit und Neutralität/Trennung von Nachricht und Meinung aufteilen lässt und vor allem für mono- und oligopolistische Medien relevant ist“.¹⁸⁰

6.2.3 Aus der publikumsorientierten Perspektive

Aus der publikumsorientierten Perspektive ist es vor allem die Anwendbarkeit in der Lebenswelt, die als Messlatte journalistischer Qualität dient. Damit gemeint ist, Probleme der Publikumsakteure aufzugreifen und in einen allgemeinen Zusammenhang zu stellen, auf neue Entwicklungen aufmerksam zu machen und zu verdeutlichen, inwieweit das Publikum davon möglicherweise beeinträchtigt wird, oder aber, Lösungsvorschläge für Probleme zu diskutieren und dem Publikum zu verdeutlichen, was es zur Lösung des Problems beitragen kann.¹⁸¹

Um Letzteres zu Erreichen, ist auch die Transparenz in Bezug auf Interessenlagen ein wesentliches Qualitätskriterium – bis hin zur Thematisierung der Interessen selbst.¹⁸²

Überdies ist es wichtig, die unmittelbare Lebenswelt einzubeziehen, „was bedeutet, das Publikum ernst zu nehmen und es selbst zu Wort kommen zu lassen“,¹⁸³ sei es über Zitate, Leserbriefe, Foren und dergleichen.¹⁸⁴

Schließlich ist es von wesentlicher Bedeutung, den Kommunikationsstil unterhaltsam zu gestalten – dies jedoch nur insoweit, als unterhaltsame Elemente das Gesamtprodukt besser rezipierbar machen und die Aufbereitung der Information bzw. die Wahl der Darstellungsform der Orientierung des Publikums dienen.¹⁸⁵

¹⁷⁹ Vgl. Ebd.

¹⁸⁰ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 496.

¹⁸¹ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 501. Arnold betont, dass Ratgeberjournalismus hier explizit nicht gemeint ist.

¹⁸² Vgl. ebd.

¹⁸³ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 501.

¹⁸⁴ Vgl. ebd.

¹⁸⁵ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 501 f.

„Journalisten dürfen ja eine ganze Menge, aber eines dürfen sie auf keinen Fall: den Leser langweilen“. ¹⁸⁶ Auch Ruß-Mohl meint hierzu, Qualität lasse sich keinesfalls sichern, indem man am *Publikumsgeschmack vorbei* agiere. ¹⁸⁷

6.3 Qualitätssicherung

Für Karmasin ist die Sicherstellung von guter Medienqualität vornehmlich eine Frage der Qualitätssicherung. ¹⁸⁸ Fabris weist, gestützt auf empirische Untersuchungen, nach, dass Qualitätssicherung „auf allen Ebenen des journalistischen Systems und auf der Ebene der gesellschaftlichen Kontexte und Bedingungen“ ¹⁸⁹ anzusetzen hat. Er geht hierbei von der Betriebswirtschaftslehre aus, innerhalb welcher Qualitätssicherung einen hohen Stellenwert besitzt. ¹⁹⁰

Als Beitrag zu einer systematischen Vorgehensweise innerhalb des Forschungsfeldes journalistische Qualität stellt Fabris mehrere Kategorisierungen auf. ¹⁹¹

6.3.1 Ausdifferenzierung des Journalismus

Fabris unterscheidet zwischen einem Kernjournalismus als innerste/zentrale Ebene im Hinblick auf Qualitätsansprüche. Dessen Gegenstück bildet – als äußerste Ebene des in Form von Zwiebelschalen dargestellten Modells – der PR-Journalismus. ¹⁹²

¹⁸⁶ Schreiber, Hermann: „...der unermüdliche Versuch, sehr gut zu sein“. Qualitätssicherung durch dialogische Führung. In: Reiter, Sibylle/Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.): Zukunft oder Ende des Journalismus? Publizistische Qualitätssicherung, Medienmanagement, redaktionelles Marketing. Gütersloh, 1994, S. 29–43, hier S. 37.

¹⁸⁷ Vgl. Ruß-Mohl, Stephan: Anything goes? Ein Stolperstein und sieben Thesen zur publizistischen Qualitätssicherung. In: Reiter, Sibylle/Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.): Zukunft oder Ende des Journalismus? Publizistische Qualitätssicherung, Medienmanagement, redaktionelles Marketing. Gütersloh, 1994, S. 20–43, hier S. 22.

¹⁸⁸ Vgl. Karmasin, Matthias: Qualität im Journalismus ... a. a. O., 25 f.

¹⁸⁹ Fabris, Hans Heinz/ Renger, Rudi: Vom Ethik- zum Qualitätsdiskurs ... a. a. O., S. 87.

¹⁹⁰ Vgl. ebd.

¹⁹¹ Vgl. Fabris, Hans Heinz: Qualitätssicherung in Medienunternehmen und im Mediensystem. In: Fabris, Hans Heinz/Rest, Franz. (Hrsg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck, 2001, S. 31–47, hier S. 43 ff.

¹⁹² Vgl. Fabris, Hans Heinz: Qualitätssicherung ... a. a. O., S. 43 f.

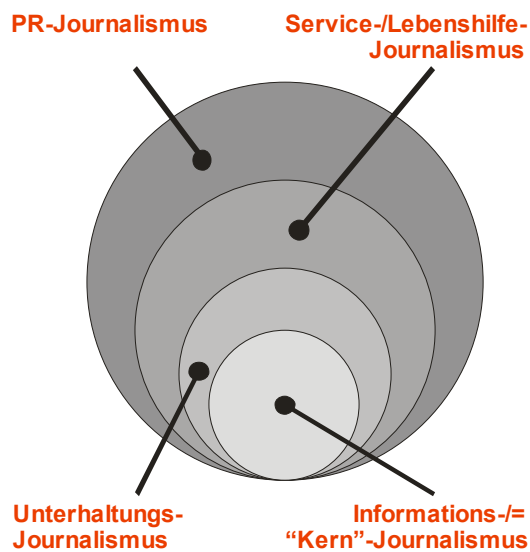


Abb. 5: Ausdifferenzierung des Journalismus als Beitrag zu einer systematischen Vorgangsweise in der Qualitätsforschung nach Fabris

6.3.2 Ebenen des Qualitätsurteils

Hier bilden journalistisch-professionelle Qualitätskriterien wie Journalistenkodizes oder Unternehmens-Leitbilder den Kern, nach außen hin gefolgt von gesetzlichen Kriterien, solchen der (Kommunikations-) Wissenschaft, bis hin zu Geschmacksurteilen von Experten/Nichtexperten.¹⁹³

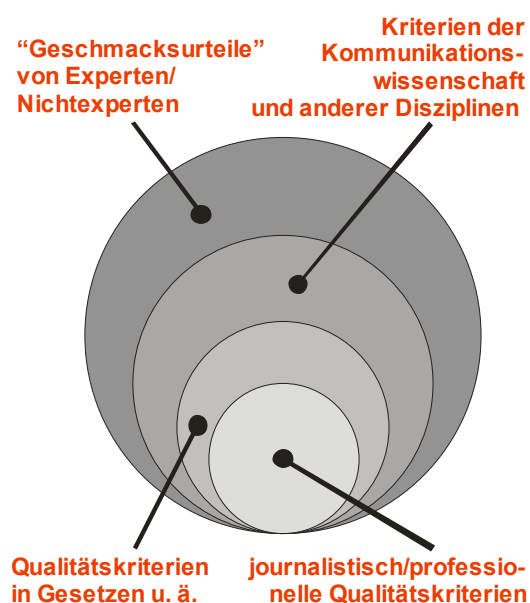


Abb. 6: Ebenen/Dimensionen des Qualitätsurteils nach Fabris

6.3.3 Ebenen der Qualitätssicherung

Die Ebenen des Qualitätsurteils bilden mit den Kategorien des Medienproduktionsprozesses eine Art Matrix, auf deren Feldern flächendeckend qualitätssichernde bzw. –fördernde Maßnahmen einzusetzen hätten. Diese lassen sich wiederum auf fünf Ebenen einteilen:

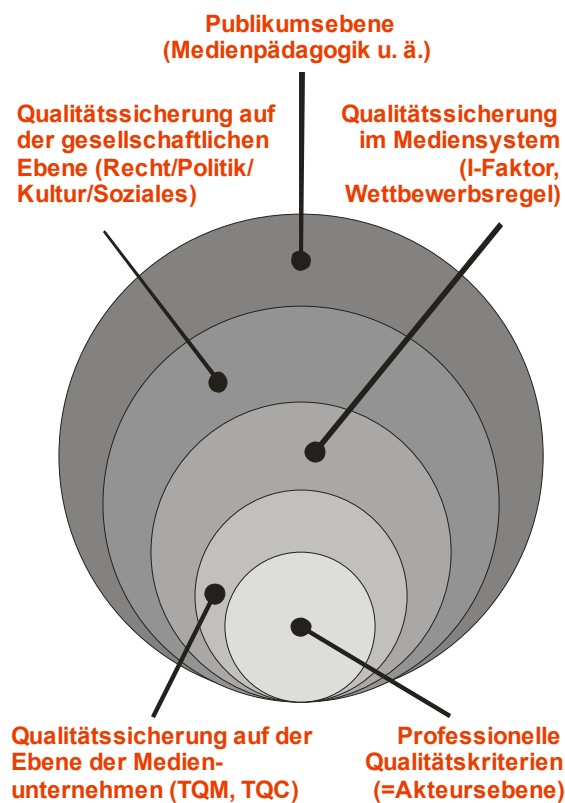


Abb. 7: Ebenen der Qualitätssicherung nach Fabris

6.3.3.1 Akteursebene

Professionelle Qualitätskriterien auf der journalistischen Akteursebene betreffen als kleinsten gemeinsamen, jedoch allgemein akzeptierten Minimalkonsens die Begriffe *Autonomie* und *Kompetenz*.

Im Detail nennt Fabris folgende Elemente der Qualitätssicherung auf dieser Ebene:

¹⁹³ Vgl. ebd.

- Journalistenaus- und Weiterbildung,
- Journalistische Berufsethik,
- Fachkompetenz,
- Sachkompetenz,
- Vermittlungskompetenz,
- Beitrag der Berufsorganisationen zur Qualitätssicherung,
- Autonomie als individuelles und professionelles Konzept,
- Kanon der Berufs-Regeln als Standards für journalistische Qualität.¹⁹⁴

6.3.3.2 Medienunternehmen

Die Medieninstitution bzw. das Medienunternehmen als Ganzes kann Qualitätssicherung in folgenden Bereichen anstreben:

- „Ökonomie von Medienunternehmen: Analysen der Auswirkungen der Wettbewerbssituation, der Medienkonzentration, der Einnahmenstruktur von Medienunternehmen, von Medienförderung, Organisationsform usw. auf die Produktqualität.
- Analyse der Auswirkung der Kommerzialisierung und Ökonomisierung der Medien auf die journalistische Qualität.
- Redaktionelles Marketing für journalistische Qualität: Bedeutung der Markt- und insbesondere Rezipientenforschung für Qualitätssicherung, Zweiweg-Kommunikation mit den Rezipienten.
- Qualitätssicherung im Produktionsablauf: vergleichende Analysen von Kontrollinstrumenten wie Blattkritik, Gegenlesen, Überprüfungsforschung, Redaktionskonferenzen.
- Sozialisation und betriebliche Aus- und Weiterbildung: Untersuchung spezifischer Rekrutierungspraktiken, der (Nicht-) Betreuung journalistischer Berufsanfänger, interner Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen.
- Entscheidungsprozesse: Meinungsbildung und Entscheidungsabläufe in Hinblick auf journalistische Qualitätssicherung.

¹⁹⁴ Vgl. Fabris, Hans Heinz: Hoher Standard ... a. a. O., 63 ff.

- Qualität und Qualitäts-Management als mehr oder weniger entwickeltes Konzept bzw. als Inhalt von Unternehmens-Leitlinien, Organisation der Redaktion, Zusammenhang zwischen Qualität und Redaktionsetat, Verhältnis von Technik-, Verwaltungs- und Personalkosten, Ressourcenpolitik, Honorare, Relation zwischen festen und freien Mitarbeitern“.¹⁹⁵

Qualitätsmanagement

Dem *Qualitätsmanagement* als Grundlage qualitativ hochwertiger Leistungen von Medienunternehmen widmet sich auch Wyss, der journalistische Qualität in erster Linie als Ausdruck des organisationalen Kontexts einer Redaktion ansieht. Wyss sieht die wesentlichen Elemente der Qualitätssicherung in den Binnenstrukturen der Medienorganisationen angesiedelt. Die Führung der Redaktion hat daher für Maßnahmen zur Implementierung eines *Qualitätssicherungssystems* innerhalb dieser Strukturen Sorge zu tragen.¹⁹⁶

Managementwissenschaftliche Ansätze, wie sie sich seit Mitte der 1990er Jahre unter dem Titel *Redaktionsmanagement* abgezeichnet haben, greifen dabei aufgrund ihres instrumentellen Organisationsbegriffs und mangelnder systemtheoretischer Ausrichtung allerdings zu kurz.¹⁹⁷

Ähnliches gilt, aufgrund der Doppeleigenschaft von Medien als gleichzeitig Wirtschaft- und Kultur schaffende Unternehmen, für *Gütezeichen*, wie die ISO-9001-Zertifizierung in der Wirtschaft. Überdies sind Medien gleichzeitig Produktions- und Dienstleistungsunternehmen und bei der Diskussion der Qualität medialer Leistungen sind daher sowohl Produktqualität (z. B. das Erscheinungsbild) als auch Dienstleistungsqualität (z. B. die ideelle Ausrichtung des Inhalts) zu bewerten.¹⁹⁸

¹⁹⁵ Fabris, Hans Heinz: Hoher Standard ... a. a. O., S. 65 f.

¹⁹⁶ Vgl. Wyss, Vinzenz: Journalistische Qualität und Qualitätsmanagement. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter. (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden, 2003, S. 129–145, hier S. 130 f.

¹⁹⁷ Vgl. ebd.

¹⁹⁸ Vgl. Haas, Hannes/Lojka, Klaus: Qualität auf dem Prüfstand ... a. a. O., S. 120.

Das von Wyss entworfene *Total Quality Management* (TQM) versteht sich hingegen als selbstreflexive *Selbststeuerung* des Journalismus. So wie journalistisches Handeln und Redaktionsstrukturen einander gegenseitig prägen, speist sich das TQM als Teil der organisationalen Struktur aus der Anpassung klar definierter Qualitätsziele anhand ebendieser Binnenstrukturen.¹⁹⁹

6.3.3.3 Mediensystem

Ruß-Mohl beleuchtet das Thema Qualitätssicherung aus infrastruktureller Sicht. Er nennt vor allem eine möglichst gute Entwicklung der Infrastruktur als wirksame Methode der Qualitätssicherung.²⁰⁰ Unter Infrastruktur versteht Ruß-Mohl „Institutionen und Initiativen ..., die präventiv oder korrektiv zur journalistischen Qualitätssicherung beitragen, indem sie auf den Journalismus einwirken und insbesondere die Professionalisierung der Journalisten und Medienmacher vorantreiben und/oder für die nötige Kritik, Selbstkritik und Transparenz im Mediensystem sorgen“.²⁰¹

Auf der Ebene des Mediensystems kann Qualitätssicherung erfolgen:

- im Zuge journalistischer Aus- und Weiterbildung;
- mithilfe von Journalistenorganisationen;
- durch Einrichtungen journalistischer Selbstkontrolle wie Presse- oder Medienräte;
- mittels Medienjournalismus;
- in der Medienforschung.²⁰²

Methoden zur Qualitätssicherung stellen nach Fabris/Renger auch *Journalismusberichte* dar, die zum Beispiel jährlich die Entwicklung der infrastrukturellen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen beleuchten,

¹⁹⁹ Vgl. Wyss, Vinzenz: *Journalistische Qualität ...* a. a. O., S. 133 ff.

²⁰⁰ Vgl. Ruß-Mohl, Stephan: *Der I-Faktor ...* a. a. O., S. 110 f.

²⁰¹ Ruß-Mohl, Stephan: *Der I-Faktor ...* a. a. O., S. 110.

²⁰² Vgl. Fabris, Hans Heinz: *Hoher Standard ...* a. a. O., S. 59.

jedoch auch die „Reflexion moralischer Standards“²⁰³ einschließen. Hier folgen Fabris/Renger einer aus einem normativ-ontologischen Ansatz stammenden Vorgangsweise.²⁰⁴

Medienberichterstattung

Die Relevanz von Medienberichterstattung für die Qualitätsförderung ist ein weiteres Thema von Ruß-Mohl: „Dem Journalismus und der publizistischen Qualitätssicherung wäre bereits gedient, wenn der Journalismus- und Medienkritik in den Feuilletons (den Medien) ein vergleichbarer Stellenwert eingeräumt würde wie der Kunst(...)kritik“.²⁰⁵

„Weil sie öffentliche Diskussion erzeugt“,²⁰⁶ ist Medienberichterstattung ein Faktor der Qualitätsförderung und -sicherung, meint Washietl. Die Schwierigkeit dieses Genres sieht er einerseits im mangelnden Interesse des Publikums, andererseits, so Washietl, in der Objektivität und Freiheit der Berichterstattung meist dann, wenn es um Vorgänge im eigenen Medienhaus geht, was Washietl mit einem Hinweis auf die Blair-Affäre der „New York Times“ unterstreicht.²⁰⁷ Ohne die Artikulationsmöglichkeiten des Medienjournalismus, so Ruß-Mohl, „blieben die anderen Infrastrukturen nahezu wirkungslos oder in ihren Wirkungsmöglichkeiten stark eingeschränkt“.²⁰⁸

Journalistenpreise

Auch Journalistenpreise sind auf der Ebene des Mediensystems anzusiedeln. Als „keineswegs immer repräsentativ“, jedoch gängige Medienpraxis, journalistische Qualität beurteilen zu wollen, beschreibt Wallisch derartige Wettbewerbe, bei denen Jürs für sich in Anspruch nehmen „journalistische Qualitätsbeurteilung praktikabel machen zu können“.²⁰⁹

²⁰³ Vgl. Fabris, Hans Heinz/ Renger, Rudi: Vom Ethik- zum Qualitätsdiskurs ... a. a. O., S. 87.

²⁰⁴ Vgl. Fabris, Hans Heinz/ Renger, Rudi: Vom Ethik- zum Qualitätsdiskurs ... a. a. O., S. 87 f.

²⁰⁵ Ruß-Mohl, Stephan: Anything goes? ... a. a. O., S. 22.

²⁰⁶ Washietl, Engelbert: Ethik und Verantwortung ... a. a. O., S. 338.

²⁰⁷ Vgl. ebd.

²⁰⁸ Ruß-Mohl, Stephan: Der I-Faktor ... a. a. O., S. 112 f.

²⁰⁹ Wallisch, Gianluca: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 181.

Wallisch spricht einer solchen Wettbewerbsjury die Möglichkeit, Kriterienkataloge zur Bewertung journalistischer Qualität aufzustellen, jedoch ab. Überdies konstatiert er hinsichtlich der Bewertungsvorgänge in den meisten Wettbewerben mangelnde Transparenz.²¹⁰ Was die Operationalisierbarkeit von festgelegten Kriterien im Zuge von Journalistenwettbewerben betrifft, sieht auch Schreiber im Lichte seiner Erfahrungen als Jurymitglied beim Egon Erwin Kisch-Preis Schwierigkeiten bei der Messbarmachung von Kriterien journalistischer Qualität.²¹¹

Ergebnisse journalistischer Wettbewerbe sind daher als Maßstab für journalistische Qualität kaum geeignet, da sie lediglich Bewertungen von Jurymitgliedern widerspiegeln.²¹²

6.3.3.4 Gesellschaftliche Ebene bzw. Publikumsebene

Die Entfaltung journalistischer Qualität ist letztlich auch abhängig von den Rahmenbedingungen politischer, rechtlicher, ökonomischer, kultureller und sozialer Natur. Fabris nennt diesbezüglich folgende Felder der Qualitätssicherung:

- „Medien- und Kommunikationspolitik: ... Medienförderung, ... Kartellgesetzgebung, (Vergleiche) von nationalstaatlicher Politik ... mit (jeweiliger) journalistischer Qualität.
- Publizistische Vielfalt als gesellschaftliches Problem, Untersuchung der besonderen Bedingungen und Ausprägungen von Außen- und Binnenpluralität, der Gefährdungsfaktoren für Vielfalt wie

²¹⁰ Vgl. Wallisch, Gianluca: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 181 f.

²¹¹ Vgl. Schreiber, Hermann: „...der unermüdliche Versuch, sehr gut zu sein“ ... a. a. O., S. 37 f.

²¹² Jürgen Wilke hat 1998 die Ergebnisse einer länger zurückliegenden Befragung von Jurymitgliedern bei Journalistenpreisen aus dem Jahr 1988 veröffentlicht. Wilke schlägt in diesem Zusammenhang als methodischen Zugang zur Bewertung der Relevanz von Qualitätskriterien vor, eine Gewichtung anhand der Anzahl an Nennungen aus der Jurorenbefragung vorzunehmen.

Vgl. Wilke, Jürgen: Qualität auf dem Prüfstand. Was heißt journalistische Qualität? Auch ein Versuch zur Bestimmung ihrer Kriterien. In: Duchkowitsch, Wolfgang (Hrsg.): Journalismus als Kultur. Analysen und Essays. Opladen, 1998, S. 133–141.

Kommerzialisierung, politische Einflussnahmen, schlechte wirtschaftliche Voraussetzungen, mangelnde Qualifikation etc.

- Rezipientenforschung als systematische Analyse des Rezipientenverhaltens, speziell des Sektors ‚Qualitätspublikum‘.
- Medien- und Kommunikationspädagogik, im Rahmen der allgemeinen Schul- und Erwachsenenbildung, als wichtiger Faktor für die Sicherung von Qualitäts-Nachfrage, seitens der Rezipienten. Vergleichende Analyse von Maßnahmen zur Medien- und Kommunikationspädagogik, von Kindergärten bis zu den Universitäten, Volkshochschulen usw.“²¹³

6.4 Modelle und Kataloge von Qualitätskriterien

6.4.1 Das magische Vieleck

Der meistverbreitete theoretische Ansatz zur Identifikation von Qualitätsmaßstäben innerhalb des Qualitätsdiskurses stammt von Ruß-Mohl, der seine Theorie aus ähnlichen Modellbildungen in den Wirtschaftswissenschaften heraus entwickelt hat.²¹⁴

Das Modell geht von systemtheoretischen Überlegungen aus und folgt in seiner Komplexität dem Zwiebel-Modell von Weischenberg, indem „Journalismus nicht nur als eine Frage der individuellen Verantwortung ... zu betrachten ist, sondern die vielfältigen Einflüsse gesellschaftlicher Rahmenbedingungen, des Mediensystems, der Medienunternehmen usw.“²¹⁵ berücksichtigt.

Grundlage des Modells bilden Zielkategorien, die einander überlappen, zueinander konkurrieren, jedoch im Sinne von *trade offs* nicht gleichzeitig erfüllt werden können. Auf den Qualitätsjournalismus übertragen, nennt Ruß-Mohl

²¹³ Fabris, Hans Heinz: Hoher Standard ... a. a. O., S. 67 f.

²¹⁴ Vgl. Ruß-Mohl, Stephan: Netzwerke – Die freiheitliche Antwort auf die Herausforderung journalistischer Qualitätssicherung. In: Bammé, Arno/Kotzmann, Ernst/Reschenberg Hasso (Hrsg): Publizistische Qualität. Probleme und Perspektiven ihrer Bewertung. München, 1993, S. 185–206.

²¹⁵ Fabris, Hans Heinz: Hoher Standard ... a. a. O., S. 51.

fünf solcher Kategorien mit einer Reihe jeweils untergeordneter Parameter. Die Verbildlichung erfolgt in Form eines *magischen Vielecks*.²¹⁶

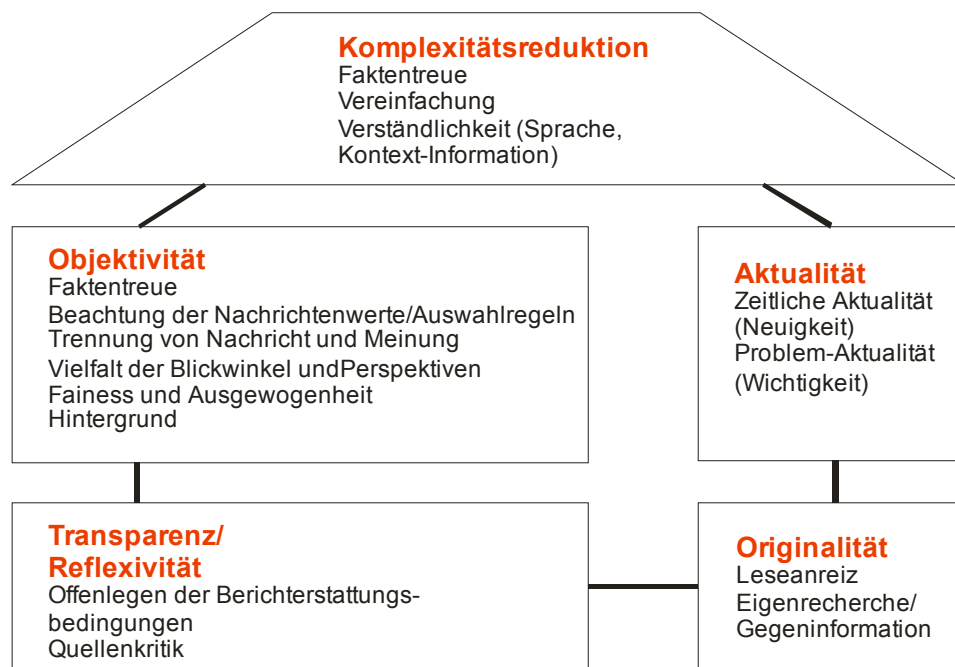


Abb.8: Das magische Vieleck nach Ruß-Mohl: Qualitätskriterien für Journalismus

Auf den ersten Blick lassen sich Parameter erkennen, die in logischer Konkurrenz zueinander stehen – man denke an den oft vernachlässigten Hintergrund eines Medienberichts im Bestreben nach größtmöglicher zeitlicher Aktualität.

Im Zusammenhang mit den von Ruß-Mohl aufgestellten Kriterien soll zunächst auf den Begriff *Objektivität* eingegangen werden.

Objektivität

Das Streben nach Objektivität entspringt dem „aus der Menschenwürde abzuleitende(n) Anspruch des Rezipienten auf unabhängige Wirklichkeitswahrnehmung“. ²¹⁷ Objektivität als normativer Begriff in Bezug auf den Journalismus bedeutet das *Streben nach realitätsadäquaten Aussagen*.²¹⁸

²¹⁶ Vgl. Ruß-Mohl, Stephan: Der I-Faktor ... a. a. O., S. 96.

²¹⁷ Donsbach, Wolfgang: Journalist... a. a. O., S. 126.

²¹⁸ Vgl. Donsbach, Wolfgang: Journalist... a. a. O., S. 126 f.

Aus einer normativen Sichtweise lassen sich entsprechende Arbeitsweisen und -techniken entwickeln, die eine möglichst ausgeprägte Realisierung des Strebens nach Objektivität erwarten lassen. Doch wird die damit einhergehende Objektivitätsnorm in Wissenschaft und Journalismus durchaus kontrovers diskutiert.²¹⁹

„Die Nachricht ist nicht das Ereignis, sondern dessen Schilderung durch den Berichterstatte, den Reporter, den Journalisten“,²²⁰ so Roegele. „Sie enthält deshalb zwangsläufig Elemente der Subjektivität, selbst wenn die größtmögliche Treue der Wiedergabe angestrebt wird“. ²²¹

Variable in Bezug auf Qualität lassen sich diesbezüglich wie folgt ausmachen:

- Nachrichten, die an und für sich keiner subjektiven Beurteilung unterliegen, jedoch unabsichtlich verändert werden;
- unvollständige und daher irreführende Information aufgrund eines Vorganges, dessen Entwicklung oder Ende sich noch nicht absehen lässt;
- Beeinflussung einer Nachricht von der Vorstellungswelt, dem Sprachvermögen und dem Wortschatz dessen, der sie verfasst, weitergibt, redigiert, usw.;
- Beeinflussung durch die Mentalität der Zeit;
- Beeinflussung vom Auffassungsvermögen und der Interessenlage des Publikums.²²²

Der Kommunikator schafft also seine eigene Wirklichkeit – ein Verständnis von Objektivität als *Abbildung von Realität* wäre, so Scholl/Weischenberg

²¹⁹ Vgl. ebd.

²²⁰ Roegele, Otto-Bernhard: Plädoyer für publizistische Verantwortung. Beiträge zu Journalismus, Medien und Kommunikation. Aus: Dorsch-Jungsberger, Petra E. (Hrsg.): Journalismus, Band 39. Konstanz, 2000, S. 164.

²²¹ Ebd.

²²² Vgl. Roegele, Otto-Bernhard: Plädoyer ... a. a. O., S.163 f.

„regelrecht verantwortungslos“;²²³ letztere kann somit nicht Maßstab journalistischen Handelns sein.²²⁴

Die empirische Forschung, so Scholl/Weischenberg, habe „unterhalb der Objektivitätsproblematik anzusetzen“,²²⁵ idealer Weise in Form von Untersuchungen über Zielkonflikte, also jener *trade offs*, wie sie beispielsweise in Form von Konkurrenz zwischen größtmöglicher Aktualität und maximal recherchiertem Hintergrund auftreten.²²⁶

6.4.2 Ähnliche Entwürfe

Ruß-Mohls magisches Vieleck beinhaltet die als *klassische Qualitätskriterien* des guten Journalismus gemeinhin angesehenen Kriterien. Es geht in seiner Vollständigkeit über viele ähnlich geartete Kriterienkataloge hinaus, wie zum Beispiel über jenen von Rager, welcher sich auf die Begriffe *Aktualität, Relevanz, Richtigkeit* und *Vermittlung* beschränkt.²²⁷

Ein umfangreicher Kriterienkatalog stammt von Göpfert, der journalistische Qualität an Sprache, Verständlichkeit, Aktualität/Betroffenheit, Motivation, Sinnlichkeit, Nutzwert, Gebrauchswert, Unterhaltungswert, Ästhetik und Ethik bemisst.²²⁸

Für den Bereich Printmedien unterscheidet Göpfert formale und inhaltliche Kriterien wie folgt:

²²³ Scholl, Armin/ Weischenberg, Siegfried: Journalismus ... a. a. O., S. 182.

²²⁴ Vgl. Weischenberg, Siegfried: Journalistik ... a. a. O., S. 157 ff.

²²⁵ Scholl, Armin/ Weischenberg, Siegfried: Journalismus ... a. a. O., S. 183.

²²⁶ Vgl. Scholl, Armin/ Weischenberg, Siegfried: Journalismus ... a. a. O., S. 183 f.

²²⁷ Vgl. Rager, Günter: Dimensionen der Qualität. In: Bentele, Günter/Hesse Kurt R. (Hrsg.): Publizistik in der Gesellschaft. Konstanz, 1994, S. 189–209, hier S. 190.

²²⁸ Vgl. Göpfert, Winfried: Publizistische Qualität. Ein Kriterienkatalog. In: Bammé, Arno/ Kotzmann, Ernst/ Reschenberg Hasso (Hrsg): Publizistische Qualität. Probleme und Perspektiven ihrer Bewertung. München, 1993, S. 99–109, hier S. 100 ff. Zitiert in: Bürger, Jasmin: Qualitätskriterien im Online-Journalismus. Eine Evaluation ausgewählter österreichischer Online-Angebote. Diplomarbeit, Wien, 2002, S. 23.

- Formale Kriterien: Übersicht, Gliederung, grafische Gestaltung, Ergänzung von Text und Bebilderung, funktionsgerechtes Layout und Formenvielfalt.
- Inhaltliche Kriterien: Einstieg, Logik des Aufbaus, Argumentationsfolge, Spannungsbogen, zusätzliche Stimuli, Ausgewogenheit, Überzeugungskraft, zusätzliche Ergänzungen wie z.B. Tabellen.²²⁹

6.4.3 Handwerksregeln als journalistischer Qualitätsmaßstab

Eine Arbeit von Schröter erarbeitet Kriterien für journalistische Qualität anhand von ausgewählten *Handwerksregeln*:

- *W-Fragen*
Schröter nennt die Beantwortung der *elementaren W-Fragen* (*Wer* hat *was*, *wo* und *wann* gesagt oder getan?) für notwendige Bezugsangaben zum Verständnis einer Nachricht durch den Rezipienten. Im Gegensatz dazu stehen die weiterführenden W-Fragen (*Wie*, *warum*, mit *welchem Ziel* ist es geschehen oder gesagt worden?) für den Bereich Interpretation und Deutung von Sachverhalten. Schröter hält, abhängig von der Darstellungsform (zum Beispiel Bericht oder reiner Kommentar) die möglichst weitreichende Beantwortung von W-Fragen für die Grundlage umfassender Information.
- *Quellenangaben*
So wie der Journalist soll auch der Rezipient die Möglichkeit besitzen, die Quellen einer Information zu beurteilen und daraus auf die Zuverlässigkeit der Nachricht zu schließen. Die Angabe von Quellen betrifft einerseits die *Ausgangspartnerschaft*, also den Ursprung einer Mitteilung, aber auch die *Transparenz des Vermittlungskontextes*, also all jener Hände, die die Nachricht danach durchlaufen hat.
- *Hintergründe und Kontexte*:
Eine unvoreingenommene, nach allen Seiten offene, vor allem aber sachgerechte – das heißt der Sache an sich gerecht werdende – und

²²⁹ Vgl. ebd.

realitätsgerechte Berichterstattung soll Ziel journalistischer Leistung sein. Leistungsmerkmale sind einerseits die korrekte Weitergabe von *Sinngehalt* und Kern von Gedankengängen und Mitteilungen, andererseits die Beteiligungschance der verschiedenen relevanten *Weltsichten* im thematischen Vermittlungsprozess.

- Als viertes Kriterium nennt Schröter die *Trennung von Nachricht und Meinung*.²³⁰

Trennungsnorm

Die *Trennung von Nachricht und Meinung* ist Bestandteil von Ruß-Mohls magischem Vieleck und hierbei der Qualitätskategorie Objektivität zugeordnet. Hintergrund ist die Absicht, der Journalist möge es vermeiden, Informationen so zu verändern, dass eine bestimmte Schlussfolgerung suggeriert wird. Dies erleichtere dem Rezipienten die Bildung einer eigenen Meinung.²³¹

Die Trennungsnorm wird, wie Huber darstellt, von Kommunikationswissenschaftlern und Journalisten auf die Frage nach den Kriterien journalistischer Qualität besonders häufig als das wichtigste Kriterium genannt.²³²

Nach Schönbach umfasst die Trennungsnorm zwei Forderungen:

- „Nachrichten sollen meinungsfrei und ohne Bewertung formuliert werden (*Verbot einer expliziten Vermischung* von Nachricht und Meinung). Meinungsäußerungen sind eigens dafür reservierten, besonders gekennzeichneten Beiträgen vorbehalten.
- Und zweitens sollen Informationen nicht so ausgewählt oder aufgemacht werden, dass dem Rezipienten eine einseitige Bewertung im Sinne der

²³⁰ Vgl. Schröter, Detlef: Qualität und Journalismus. Theoretische und praktische Grundlagen des journalistischen Handelns. München, 1995, S. 44 ff.

²³¹ Vgl. Schönbach, Klaus: Trennung von Meinung und Nachricht. Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriteriums. Freiburg, 1977, S. 24 ff.

²³² Vgl. Huber, Christian: Nachricht und Meinung. Ist ihre Trennung ein journalistisches Qualitätskriterium? In: Fabris, Hans Heinz/Rest, Franz (Hrsg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck, 2001, S. 141–156, hier S. 141.

im Kommentar geäußerten Auffassung nahegelegt wird (*Verbot einer impliziten Vermischung von Nachricht und Meinung*)“.²³³

Huber ist sich mit der überwiegenden Zahl von Journalisten, journalistischen Experten und Medienwissenschaftlern hinsichtlich der Sinnhaftigkeit der Trennungsnorm einig, wenn diese auch, wie empirisch vielfach nachgewiesen, häufig verletzt wird. Die Häufigkeit der Verletzung der Trennungsnorm ist für Huber ein zulässiges Kriterium bei Bemessung journalistischer Qualität.²³⁴

6.4.4 Ästhetische Qualität

Dem optischen Erscheinungsbild eines Printmediums, so Renger/Rest, kommt mindestens ebensolche Bedeutung zu wie inhaltlichen Aspekten. Die Informationsaufnahme aus Printmedien durch den Menschen beruht auf der Summe der drei Kanäle Text, Bild und Grafik. Dennoch werden Zeitungen und Zeitschriften oft zu sehr als reine Textmedien begriffen.²³⁵

Renger/Rest nennen unter Berufung auf Barmettler acht Grundsätze eines modernen und qualitätsvollen Kommunikationsdesigns:²³⁶

- *Lesbarkeit*: Die Schrift muss bequem zu lesen sein
- *Ordnung*: Modulumbbruch und Rasterstruktur setzen sich durch
- *Gewichtung*: Gegensätze lassen die Aufmachung leben
- *Visualisierung* (Bilder, Infografiken): wenig, aber wirkungsvoll illustrieren
- *Portionierung*: der ‚Implosion‘ begegnen
- *Ansprache*: Was wird wem angeboten?
- *Appeal*: trendy design, aber immer mit Geschmack
- *Kontinuität*: Vertrauen durch wiederkehrende Ikons²³⁷

²³³ Huber, Christian: Nachricht und Meinung ... a. a. O., S. 142. Vgl. dazu Schönbach, Klaus: Trennung von Meinung und Nachricht ... a. a. O., S. 26. Kursivsetzung d. Verf.

²³⁴ Vgl. Huber, Christian: Nachricht und Meinung ... a. a. O., S. 153 ff.

²³⁵ Vgl. Renger, Rudi/Rest, Franz: Optik für Alphabeten. Printmediale Qualität durch Gestaltung. In: Medien-Journal, 2/1996, S. 47–56, hier S. 49.

²³⁶ Vgl. Barmettler, Clemens: Kommunikationsdesign. Zeitgemäße Printmedien-Gestaltung. Unveröffentlichtes Manuskript, Zürich, o. J. Zitiert in: Renger, Rudi/ Rest, Franz: Optik für Alphabeten ... a. a. O., S. 51 ff.

²³⁷ Vgl. Renger, Rudi/ Rest, Franz: Optik für Alphabeten ... a. a. O., S. 52 ff.

6.5 Qualitätskriterien aus der Beschreibung von Antagonismen: Boulevard-, Populär und Sensationsjournalismus

Eine Art Lagerdenken in der Medienforschung äußert sich in Form eines *Klassenkampfs* zwischen Journalisten und Intellektuellen um die ‚Wortführerschaft‘ über das Publikum. Ausdruck dieser Polarisierung ist unter anderem die Diskussion über den „Antagonismus zwischen Informations- und Unterhaltungsjournalismus. Eine lange Reihe von Dichotomien weist auf eine Tradition der kulturellen Gespaltenheit zwischen zwei journalistischen Haupttypen hin“. ²³⁸

Dieser „Klassen-Binarismus“ ²³⁹ äußert sich in Form zahlreicher Begriffe, die jeweils einem der beiden Lager zuzuordnen sind und immer einem Gegenbegriff gegenüberstehen. ²⁴⁰

versus	
positive Bewertung	negative Bewertung
Qualitätspresse	populäre Presse
seriöse Zeitungen	Boulevardzeitungen
(politische) Wochen-/Monatsmagazine	unterhaltende Zeitschriften/Illustrierte
Information	Unterhaltung
Presse (Printmedien)	Fernsehen (Rundfunk)
öffentlich-rechtliche Medien	kommerzielle (private) Medien
Substanz	Stil
hard news	soft news
Politik	Klatsch
Tatsachen	Sensation
Wörter	Bilder
Kultur	Konsum
öffentliche Sphäre	private Sphäre
Wahrheit	Funktion/Erfolg

Abb.9: Binäre Unterscheidungen in der Medienforschung

²³⁸ Renger, Rudi: Populärer Journalismus. Nachrichten zwischen Fakten und Fiktion. Innsbruck, 2000, S. 169 f.

²³⁹ Renger, Rudi: Populärer Journalismus ... a. a. O, S. 170.

²⁴⁰ Vgl. Renger, Rudi: Populärer Journalismus ... a. a. O, S. 169 f.

„Die Kasse muss stimmen – und solange sie stimmt, pervertiert offenbar das, was einmal Journalismus war, nach der Devise *Anything Goes*“,²⁴¹ meint Ruß-Mohl. Er bezieht sich bei dieser Aussage auf ein Marktsegment, das von der amerikanischen *Tabloid Press* bis hin zu *Talkshows* reicht. Ruß-Mohl rechtfertigt mit dem Anwachsen dieses Marktsegments die Notwendigkeit einer Diskussion über publizistische Qualitätssicherung.²⁴²

Was charakterisiert nun populäre oder Boulevardmedien? Renger dazu: „Es geht ... um journalistische Spielarten, die in den Boulevardzeitungen, bunten Illustrierten, Lifestyle- und Special Interest-Magazinen ... den Großteil der Bevölkerung mit vergnüglichen Geschichten versorgen – und dabei eine dramatisierte, sensationalisierte und fiktionalisierte Weltsicht vermitteln, die, in das Gewand der scheinbar objektiven Berichterstattung gekleidet, entweder für wahr gehalten oder aus Entspannungs- und Unterhaltungsgründen konsumiert wird“.²⁴³

6.5.1 Boulevard-/Populärjournalismus

Was bedeutet es, wenn „am Boulevard besonders tief in den Kübel gegriffen wird“?²⁴⁴ In einer älteren, auf Koszyk/Pruys zurückgehenden Definition, handelt es sich bei Periodika des Boulevards um solche, „die vorwiegend auf der Straße zum Kauf angeboten werden“,²⁴⁵ eine betont populär-sensationelle Aufmachung haben, den Leser durch schockierende Storys ansprechen wollen und sich häufig bewusst einer sehr direkten Ausdrucksweise bedienen, ... um

²⁴¹ Ruß-Mohl, Stephan: Zur Einführung. In: Reiter, Sibylle/Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.): *Zukunft oder Ende des Journalismus? Publizistische Qualitätssicherung, Medienmanagement, redaktionelles Marketing*. Gütersloh, 1994, S. 13–17, hier S. 14.

²⁴² Vgl. ebd.

²⁴³ Renger, Rudi: *Populärer Journalismus ... a. a. O.*, S. 13.

²⁴⁴ Hummel, Roman: *Journalistische Spielarten: Zur Einordnung des Boulevardjournalismus*. In: Bruck, Peter A. (Hrsg.): *Das österreichische Format. Kulturkritische Beiträge zur Analyse des Medienerfolges „Neue Kronen Zeitung“*. Wien, 1991, S. 184–197, hier S. 184.

²⁴⁵ Der Vertriebsweg von Boulevardmedien bleibt in dieser Arbeit völlig außer Betracht, die Aussage hat lediglich etymologischen Charakter und ist überdies – aufgrund unterschiedlicher Marktgegebenheiten – nur bedingt gültig. Vgl. hierzu beispielsweise: Erhart, Verena: *Qualitätsjournalismus ... a. a. O.*, S. 16.

Neugier, Sensationshunger und Nervenkitzel einer bei der Lektüre kaum verharrenden Leserschaft permanent zu wecken und zu befriedigen“.²⁴⁶

In ihrem ökonomisch bedingten Streben nach maximaler Reichweite geben sich Boulevardmedien „meist auch einen unpolitischen bzw. unparteilichen Anstrich, da sie auf diese Weise ein sehr heterogenes, das heißt großes, Publikum ansprechen können“.²⁴⁷ Unabhängig davon setzen Boulevardmedien ihr publizistisches Gewicht in hohem Maße für Kampagnen mit politischem, wirtschaftlichem oder privatem Hintergrund ein.²⁴⁸

Nach Hummel lassen sich folgende Kriterien definieren:

- optische Aufmachung: betont populär-sensationell, erkennbar an Balkenüberschriften und großflächigen Fotos;
- Ansprechen des Lesers durch schockierende Stories, dominiert von den Themen *sex*, *crime* und *war*;
- sehr direkte Ausdrucksweise, übertrifft bisweilen die Vulgärsprache.²⁴⁹

Prozesse, die im Zuge der Entwicklung journalistischer (Teil-)Systeme hin zum Boulevardjournalismus stattfinden, werden als *Boulevardisierung* bezeichnet. Donsbach/Büttner benennen hierfür folgende Merkmale:

- Themenumgewichtung hin zu Themen, „in which the amount and prominence of material concerned with public economic and political affairs is reduced within the media“;²⁵⁰

²⁴⁶ Koszyk, Kurt/Pruys, Karl H.: Wörterbuch zur Publizistik. München, 1973, S. 61. Zitiert in: Hummel, Roman: Journalistische Spielarten ... a. a. O., S. 190.

²⁴⁷ Hummel, Roman: Journalistische Spielarten ... a. a. O., S. 192.

²⁴⁸ Vgl. Hummel, Roman: Journalistische Spielarten ... a. a. O., S. 192 f.

Als Beispiel lassen sich die Kampagnen der „Kronen Zeitung“ gegen die Abholzung des Sternwarteparks oder zur Unterstützung der Wahl Kurt Waldheims zum Bundespräsidenten anführen.

Vgl. DerStandard.at: Kampagnen sind ihr täglich Brot. Online unter URL: <http://194.116.243.20/fs/1237229149789/Gen-oder-Atom-Kampagnen-sind-ihr-taeglich-Brot> (Abfragedatum 30.6.2009).

²⁴⁹ Vgl. Hummel, Roman: Journalistische Spielarten ... a. a. O., S. 189 f.

²⁵⁰ Sparks, Colin: Introduction ‚Tabloidisation and the media‘. In: Javnost – The Public, Nr. 3/1998, S. 5–10, hier S. 7. Zitiert in: Donsbach, Wolfgang/Büttner, Karin: Boulevardisierungstrend in deutschen Fernsehnachrichten. Darstellungsmerkmale der

- Vorzug der skandalisierten Berichterstattung;
- erhöhter Emotionsgehalt;
- Verkürzung und Vereinfachung der Sprache/lockerer Sprachstil;
- weniger Abstraktheit;
- erhöhter Grad der Dynamik/schnelleres Tempo;
- zunehmender Einsatz visueller Reizeffekte.²⁵¹

Häufig zu finden ist die Aussage, Boulevardjournalismus sei das Gegenstück oder Pendant zum Qualitätsjournalismus.²⁵² Dulinski erkennt eine imaginäre Qualitätsachse, mit seriösem (Elite-)Journalismus auf der einen und vulgär-populärem (Massen-)Journalismus auf der anderen Seite, wobei Boulevardjournalismus Letzteren verkörpert.²⁵³

Renger hält den Terminus Boulevardjournalismus im Hinblick auf die Komplexität der Gesellschaft für nicht ausreichend und überdies für analytisch nicht praktikabel. Er führt – in Rückgriff auf Sparks, der von *Popular Journalism* spricht –²⁵⁴ den Begriff *Populärer Journalismus* ein.²⁵⁵ Dabei betrachtet er das, was mit Boulevardjournalismus bezeichnet wird, aus der Perspektive der Populärkultur – mit dem Schwerpunkt auf der Praxis der Rezeption.

„Der populäre Journalismus“, so Sparks, „dient dazu, mit Hilfe sensationeller Berichterstattung zwischen Fakten und Fiktion maximalen Profit zu erreichen und vermarktet persönliche Schicksale mit dem Mittel der journalistischen Glaubwürdigkeit“.²⁵⁶

Politikberichterstattung vor den Bundestagswahlen 1983, 1990 und 1998. In: Publizistik 1/2005, S. 21–38, hier S. 24.

²⁵¹ Vgl. Donsbach, Wolfgang/ Büttner, Karin: Boulevardisierungstrend ... a. a. O., S. 24.

²⁵² Vgl. z.B. Erhart, Verena: Qualitätsjournalismus ... a. a. O., S. 14.

²⁵³ Vgl. Dulinski, Ute: Sensationsjournalismus in Deutschland. Konstanz, 2003, S. 92.

²⁵⁴ Vgl. Sparks, Colin: *Popular Journalism: Theories and Practice*. In: Dahlgren, Peter/Sparks, Colin (Hrsg.): *Journalism and popular culture*. London, 1992, S. 24–44.

²⁵⁵ Vgl. Renger, Rudi: *Populärer Journalismus* ... a. a. O., S. 14 f.

²⁵⁶ Erhart, Verena: *Qualitätsjournalismus* ... a. a. O., S. 24.

6.5.2 Sensationsjournalismus

Sensationsjournalismus stellt einerseits eine Teilmenge des Boulevardformats dar, weist jedoch zusätzliche Ausprägungen auf. In erster Linie ist dies die Verwendung des Mittels *Sensationalismus*, gekennzeichnet durch ein „semantisches Framing, ... das die Ereignissachverhalte verzerrt, dekontextualisiert und als personalisiertes Drama darstellt. Die Verzerrung erfolgt in Form von Spektakularisierung, Devianzierung, Sexualisierung, Katastrophisierung und/oder Kriminalisierung“.²⁵⁷ Sensationsjournalismus geht einher mit „einem unethischen und/oder unrechtmäßigen Distanzverlust gegenüber den Informanten bei der Informationsbeschaffung bzw. Recherche oder beruht auf Lüge bzw. Fälschung“.²⁵⁸

Nach Dulinski lassen sich die für Printmedien verwertbaren operationalisierbaren Untersuchungskriterien wie folgt zusammenfassen:

Syntax und Aufmachung:

- *Emotionsgehalt der Wortwahl* – führt zur Feststellung eines emotionellen Wirkungspotenzials;
- Verwendung eines an der *gesprochenen Sprache* orientierten sprachlichen Codes – führt zu kognitiver und emotionaler Adäquanz;²⁵⁹
- Einsatz *rhetorischer Figuren* wie Alliteration oder Metapher;
- *Sensationalistisches Layout* – dynamischer Umbruch und ein Maximum an visuellen Reizeffekten.²⁶⁰

Semantisches Framing:

- *Dekontextualisierung*, also Ausblendung eines Problemzusammenhangs bzw. Reduktion auf Einzelschicksale;
- *Verzerrung* als Gegenpol zu Richtigkeit, dargestellt an Teildimensionen wie Spektakularisierung und Katastrophisierung;

²⁵⁷ Dulinski, Ute: Sensationsjournalismus ... a. a. O., S. 101.

²⁵⁸ Ebd.

²⁵⁹ Kognitive Adäquanz: Erreichen eines inhaltlich und formal dem Rezipienten angemessenen Schwierigkeitsgrads. Emotionale Adäquanz: Weltanschauliche Bestätigung des Lesers, vgl.

Dulinski, Ute: Sensationsjournalismus ... a. a. O., S. 245.

²⁶⁰ Vgl. Dulinski, Ute: Sensationsjournalismus ... a. a. O., S. 240 ff.

- *sensationalistische Narrativität* – parallel zur Wortwahl, jedoch auf erzählstruktureller Ebene;
- Human Interest-Stories, die auf *Trivialmythen* aufbauen.²⁶¹

Dulinski kritisiert Versuche, Sensationalismus- bzw. Boulevardisierungstendenzen allein aus der Themenauswahl abzulesen. Sie attestiert derartigen Studien nicht nur wissenschaftliche Schwammigkeit aufgrund mangelnder thematischer Einheitlichkeit, sondern auch Validitätsprobleme durch eine weithin vorhandene normativ-voreingenommene Haltung der Forscher.²⁶²

²⁶¹ Vgl. Dulinski, Ute: Sensationsjournalismus ... a. a. O., S. 253 ff.

²⁶² Vgl. Dulinski, Ute: Sensationsjournalismus ... a. a. O., S. 233 ff.

7 „Profil“ - ein Nachrichtenmagazin als Printformat

7.1 Zeitschriften, Zeitschriftensystematik

Schon die Frage, was eine Zeitschrift sei, ist aus wissenschaftlicher Sicht nicht leicht zu beantworten. Vogel bezeichnet sie als eine „lediglich ihrer Ausstattung nach ... einheitliche Wahrnehmung: Ein gedrucktes Objekt, zumeist im Format A4, geheftet oder geklebt, mit 36 oder auch 300 Seiten Umfang“.²⁶³ Hingegen unterscheiden sich „die Bedingungen ihrer Produktion, ihre Aufgaben und ihre Ziele, schließlich auch ihre Funktion, eigenständig oder im Kontext anderer Medien, in einem kaum beschreibbaren Maße“.²⁶⁴

Als allgemein anerkannt gilt jedenfalls eine aus den dreißiger Jahren stammende Klassifizierung, die die *Tagespresse* mit dem Begriff *Zeitung* belegt und für den Gegenpart, gleichsam für die Nicht-Tagespresse, den Terminus *Zeitschrift* festlegt – im Sinne von ‚weniger universell‘ oder ‚weniger aktuell‘.²⁶⁵ Hagemann dazu 1957: „Zeitschriften sind periodische Druckwerke, die in höchstens vierteljährlichem Rhythmus erscheinen und deren Schwerpunkt nicht auf der Verbreitung aktuellen und universellen Nachrichtenstoffes liegt“.²⁶⁶

²⁶³ Vogel, Andreas: Pressegeattungen im Zeitschriftengewand. Warum die Wissenschaft eine Pressesystematik braucht. In: Publizistik Sonderheft 3/2002, S. 11–27, hier S. 12.

²⁶⁴ Ebd.

²⁶⁵ Vogel, Andreas: Pressegeattungen ... a. a. O., S. 13.

²⁶⁶ Hagemann, Walter: Die deutsche Zeitschrift der Gegenwart. In: Hagemann, Walter (Hrsg.): Die deutsche Zeitschrift der Gegenwart. Eine Untersuchung des Instituts für Publizistik der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, S. 12. Zitiert in: Vogel, Andreas: Pressegeattungen ... a. a. O., S. 14.

Die Zeit Hagemanns ist gekennzeichnet durch die Abschottung von Einzelmedien-Wissenschaften. Später, mit der Entgrenzung der Publizistikwissenschaft zur Kommunikationswissenschaft wird die Notwendigkeit der Aufrechterhaltung einer Dichotomie von Zeitung und Zeitschrift bedeutungslos. Bis heute ist der Bedarf nach einer fundierten Pressesystematik nicht allgemein akzeptiert.

Vogel weist hingegen auf Dringlichkeit der Erstellung einer solchen hin. Er argumentiert, dass bei wesentlichen Themen der Kommunikationswissenschaft anhand der gängigen Systematik keine validen Aussagen möglich seien. Beispiele dazu sind Fragen der Medienkonzentration, oder Fragen nach der Funktion der Presse bei der Ausdifferenzierung gesellschaftlicher Teilgruppen

Vgl. Vogel, Andreas: Pressegeattungen ... a. a. O., S. 16 ff.

Selten bleiben seither die Bemühungen um eine Zeitschriften-Systematik, man bedient sich bis heute weitgehend der Typologie nach Hagemann.²⁶⁷ Danach unterscheidet man:

- Fachzeitschriften,
- Unterhaltungs- bzw. Publikums- bzw. Freizeitschriften,
- Berufs- und Verbandszeitschriften sowie
- Werks-, Kunden- und Hauszeitschriften.²⁶⁸

Diese Systematik zieht sich durch nahezu alle einschlägigen Arbeiten, Lexika und Nachschlagewerke.²⁶⁹ Weitergehende Systematiken stützen sich zumeist auf Kategorisierungen der Pressewirtschaft beziehungsweise des Vertriebswesens. Vogel warnt jedoch vor einer Verwendung von Daten aus solchen Quellen für wissenschaftliche Zwecke ohne eingehende Eignungsprüfung.²⁷⁰

7.2 Publikumszeitschriften

Der nach der erwähnten Zeitschriften-Systematik sogenannte Teilbereich der *Publikumszeitschriften* zeichnet sich dadurch aus, dass der Inhalt solcher Medien „gar nicht oder doch nur so weit eingeschränkt ist, dass er auch von Nicht-Fachleuten und Außenstehenden noch verstanden werden kann“.²⁷¹ Der Markt an Publikumszeitschriften umfasst demnach alle breit gestreuten, auflagenstarken Zeitschriften.²⁷²

Wiederum eine Unterkategorie bilden nach manchen Einteilungen *Nachrichtenmagazine*, die jedoch häufig als Synonym für oder auch als Subkategorie der politischen Magazine dargestellt werden. Anzeichen auf

²⁶⁷ Vgl. Vogel, Andreas: *Pressegattungen ... a. a. O.*, S. 16.

²⁶⁸ Vgl. Kieslich, Günter: Zur Definition der Zeitschrift. In: *Publizistik*, 10. Jg., 1965, S. 314–319, hier S. 318. Zitiert in: Vogel, Andreas: *Pressegattungen ... a. a. O.*, S. 16.

²⁶⁹ Vgl. als Beispiel: Wilke, Jürgen: *Presse*. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation*. Frankfurt am Main, 2009, S. 459–500, hier S. 482.

²⁷⁰ Vgl. Vogel, Andreas: *Pressegattungen ... a. a. O.*, S. 18 ff.

²⁷¹ Wilke, Jürgen: *Presse ... a. a. O.*, S. 483.

²⁷² Vgl. ebd.

Unsicherheit im Umgang mit der einschlägigen Terminologie oder eventuelle Inkonsistenz lässt sich an einem einzigen Absatz von Wilke ablesen: „Als erfolgreich erwies sich dagegen eine andere Form der politischen Zeitschrift: 'Der Spiegel', ein politisches Magazin. ... Die jahrelange Behauptung, neben dem Spiegel sei kein Platz für ein weiteres deutsches Nachrichtenmagazin, ist ... längst widerlegt“.²⁷³ Wilke bezeichnet in nur zwei Sätzen den „Spiegel“ als 1) politische Zeitschrift, 2) politisches Magazin, 3) Nachrichtenmagazin.

Interessant ist in diesem Zusammenhang der Begriff Magazin, seinem Ursprung nach aus dem Arabischen stammend, zunächst als Synonym für *Speicher* oder *Warenniederlage* verwendet und seit 1747 im Deutschen als Synonym für periodische Zeitschriften, später auch für eine bestimmte Gattung von Hörfunk- und Fernsehsendungen eingesetzt.²⁷⁴

Der Verfasser dieser Arbeit konnte in der Literatur keine Aufschlüsse über unterscheidende Merkmale zwischen Zeitschriften und Magazinen finden. Dennoch erscheint die wechselseitige Austauschbarkeit fraglich, denn folglich müsste der Terminus Nachrichtenzeitschrift als Synonym für Nachrichtenmagazin eingesetzt werden können.

7.3 Nachrichtenmagazine

Der Begriff des *Nachrichtenmagazins* ist in Fachlexika der Publizistik oder einschlägigen Enzyklopädien nicht exakt definiert. Ein Versuch Merkmale festzumachen, stammt von Stockmann, welcher Nachrichtenmagazine wie folgt beschreibt:

- „Periodisch, zumeist wöchentlich erscheinende Publikationen, die
- dem Leser Nachrichten von allgemeinem Interesse vermitteln (Relevanz),
- dies in Form einer Zeitschrift, also mit Illustrationen; weiterhin

²⁷³ Wilke, Jürgen: Presse ... a. a. O., S. 489.

²⁷⁴ Vgl. Landgrebe, Klaus Peter: Nachrichtenmagazine. Ihr Stil, ihr Erfolg. In Europa und den USA. München, 1994, S. 13 f.

- nicht im nüchternen Nachrichtenstil, sondern als Geschichte verpackt.
- Aus ihrer Aufgabe der Kontrolle und Kritik beziehen sie ihr
- kritisches und problembewusstes Selbstverständnis, das sich äußert in
- scharfsinnig vorgetragener Kritik gegen politische oder gesellschaftliche Missstände“.²⁷⁵

Inhaltlich sind Nachrichtenmagazine nach sehr ähnlichem Muster strukturiert: Zu den Themenbereichen *Inland*, *Ausland*, *Wirtschaft*, *Gesellschaft* und *Kultur* kommen in manchen Nachrichtenmagazinen die aus dem Bereich Gesellschaft ausgegliederten Kategorien *Sport* und *Wissenschaft*.²⁷⁶

Magnus hält den Begriff Nachrichtenmagazin für eine wörtliche Übernahme aus dem Amerikanischen, jedoch keine spezifische Kategorie.²⁷⁷ Den Auslöser hierfür liefert wohl die Entstehungsgeschichte der Nachrichtenmagazine, die mit dem Erscheinen der „Time“ am 3.3.1923 beginnt.²⁷⁸ Das Motto: „To keep men well-informed“.²⁷⁹

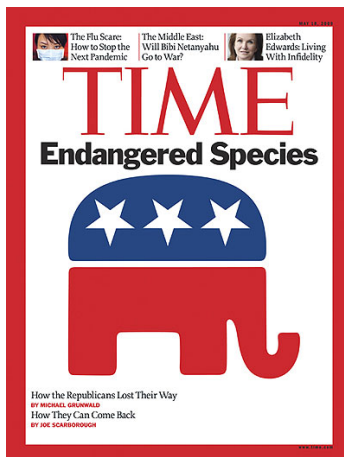


Abb. 10: Cover des Nachrichtenmagazins „Time“ vom 18.5.2009

²⁷⁵ Stockmann, Ralf: Spiegel und Focus. Eine vergleichende Inhaltsanalyse 1993–1996. Göttingen, 1999, S. 15.

²⁷⁶ Vgl. Landgrebe, Klaus Peter: Nachrichtenmagazine ... a. a. O., S. 15.

²⁷⁷ Vgl. Magnus, Hans Uwe: Time. Studien über die amerikanischen Nachrichtenmagazine. Berlin, 1962, S. 36. Zitiert in: Lackner, Marianne: Profil und News – Profil seit News. Eine vergleichende Inhaltsanalyse der beiden österreichischen Wochenmagazine. Diplomarbeit, Wien, 1997, S. 3.

²⁷⁸ Vgl. Pieler, Martina: Die Wirtschaftsberichterstattung über den Euro in deutschsprachigen Nachrichtenmagazinen. Ein Vergleich mit Hilfe der Inhaltsanalyse. Diplomarbeit, Wien, 2001, S. 80.

²⁷⁹ Elson, Robert T.: Time Inc.. The intimate history of a publishing enterprise. 1941–1960. Herausgegeben von Norton-Taylor, Duncan. New York, 1973, S. 486.

Der die Titelseite zierende rote Rahmen ist bis in unsere Zeit nicht nur Kennzeichen von „Time“, sondern später auch Vorbild für den „Spiegel“, das „Profil“, und das holländische Magazin „Elsevier“.²⁸⁰

7.4 „Der Spiegel“ – das erste Nachrichtenmagazin im deutschsprachigen Raum

„Der Spiegel“ erscheint erstmalig im Jänner 1947 als Nachfolgezeitschrift der von der britischen Regierung herausgegebenen „Diese Woche“. Herausgeber ist der Journalist Rudolf Augstein, der die Lizenz mit zwei anderen Kollegen von der britischen Regierung übertragen erhält. „Der Spiegel“ soll, wie sich Augstein ausdrückt, ein „Sturmgeschütz der Demokratie“²⁸¹ werden, Form und Aufmachung orientieren sich am Vorbild „Time“.²⁸²



Abb. 11: Cover der ersten Ausgabe des „Spiegel“

Augstein, unter den drei Lizenzträgern die dominierende Figur, wird ab 1959 Alleineigentümer. An seiner Person wie an seiner Ausübung der Stellung des Herausgebers entzündeten sich bereits in frühen Jahren der „Spiegel“-Geschichte die Gemüter. Augstein wird unterstellt, den „Spiegel“ zu seinem persönlichen

²⁸⁰ Vgl. Landgrebe, Klaus Peter: Nachrichtenmagazine ... a. a. O., S. 14.

²⁸¹ Brawand, Leo: Blick zurück. Der Publizist als Verleger. Rudolf Augstein und die Gründer-Generation der Nachkriegsjahre. In: Reiter, Sibylle/ Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.): Zukunft oder Ende des Journalismus? Publizistische Qualitätssicherung, Medienmanagement, redaktionelles Marketing. Gütersloh, 1994, S. 50–63, hier S. 53.

²⁸² Vgl. Thofern, Detlef: Darstellungen des Islams in "Der Spiegel". Eine inhaltsanalytische Untersuchung über Themen und Bilder der Berichterstattung von 1950 bis 1989. Hamburg, 1998, S. 27.

Sprachrohr zu machen. Der ideologische Fundus, so Haacke, sei mager, umso mehr würden die „schwankenden Privatmeinungen des Gründers“²⁸³ publiziert.²⁸⁴

Die Aufdeckung politischer Skandale und Affären – *investigativer Journalismus*, wie Weischenberg es nennt²⁸⁵ – ist, wie auch zu Beginn der Geschichte des „Profil“, das wesentliche Merkmal.²⁸⁶

Im Jahre 1962 löst ein Artikel des „Spiegel“ über die Verteidigungspolitik der Bundesrepublik Deutschland die sogenannte „Spiegel-Affäre“ aus. Die Beschlagnahme der aktuellen Ausgabe und die Verhaftung einiger „Spiegel“-Mitarbeiter, darunter Rudolf Augstein unter der Anschuldigung des Landesverrats, sind die Folge.²⁸⁷

Die Affäre löst nicht nur eine Grundsatzdebatte über Pressefreiheit und rechtliche Kompetenzen der Medien in Deutschland aus, sie führt auch zu einem – von Rudolf Augstein mit einer Verfassungsbeschwerde herbeigeführten – Urteil des Bundesverfassungsgerichts, in welchem den Medien die Funktion von Kontrollorganen geradezu zugewiesen wird.²⁸⁸

Die Rolle des „Spiegel“ wird in der damaligen Zeit in der öffentlichen Meinung wie auch in Fachkreisen unterschiedlich und kontroversiell bewertet. Von radikaler Opposition und destruktiver Intelligenz, bis hin zu einer Institution mit Wächterfunktion ist die Rede. Allgemein anerkannt ist der „Spiegel“ als Lieferant kritischer Informationen, unterschiedlich bewertet wird sein Einfluss auf das politische System.²⁸⁹

²⁸³ Haacke, Wilmont: Die politische Zeitschrift. In: Dovifat, Emil (Hrsg.): Handbuch der Publizistik. Band 3: Praktische Publizistik 2. Teil. Berlin, 1969, S. 465–481, hier S. 468. Zitiert in: Thofern, Detlef: Darstellungen des Islams ... a. a. O., S. 28.

²⁸⁴ Vgl. Thofern, Detlef: Darstellungen des Islams ... a. a. O., S. 28.

²⁸⁵ Vgl. Weischenberg, Siegfried: Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medienethik, Medienfunktionen, Medienakteure. Opladen, 1995, S. 251. Zitiert in: Thofern, Detlef: Darstellungen des Islams ... a. a. O., S. 29.

²⁸⁶ Vgl. Thofern, Detlef: Darstellungen des Islams ... a. a. O., S. 29.

²⁸⁷ Vgl. ebd.

²⁸⁸ Vgl. ebd.

²⁸⁹ Vgl. Thofern, Detlef: Darstellungen des Islams ... a. a. O., S. 29 ff.

7.5 „Profil“ – erstes österreichisches Nachrichtenmagazin auf den Spuren des „Spiegel“

Der 27jährige Oscar Bronner gründet, nachdem er im Herbst 1969 das Wirtschaftsmagazin „Trend“ ins Leben gerufen hat, „vor dem Abgrund einer farblosen, vom Lagerdenken geprägten Medienlandschaft“²⁹⁰ Österreichs, im Herbst 1970 das Monatsmagazin „Profil“.²⁹¹ Bronner engagiert aus seinem Bekanntenkreis junge Journalisten, „die in ihren bisherigen Positionen unzufrieden gewesen waren“.²⁹²

Die Agenda im ersten Jahr des „Profil“ besteht aus einer Liste von Themen, die die Mitarbeiter in ihren bisherigen Positionen nicht nach ihren Vorstellungen haben bearbeiten können.²⁹³ Es war eine „neue Art Journalismus, ... (ein) Recherche-Journalismus à la ‚Spiegel‘ mit vielen sprachlichen Elementen aus ‚Time‘, ‚Newsweek‘ und dem ‚Spiegel‘“.²⁹⁴



Abb. 12: Cover der ersten „Profil“-Ausgabe

²⁹⁰ Hefner, Claudia: Die Sozialreportage. Zur Wiederentdeckung einer journalistischen Form im österreichischen Fernseh- und Magazinjournalismus der siebziger Jahre. Eine Analyse der Magazine "Profil", "Extrablatt", "Teleobjektiv" und "Prisma". Diplomarbeit, Wien, 1994, S. 97.

²⁹¹ Vgl. Melzer, Holger: Nachrichtenmagazine als "Kontrollorgane". Korruption und ihre Aufdeckung in Österreich am Beispiel von profil. Wien, 1984, S. 42.

²⁹² Schmidt, Nicole: Profil – ein österreichisches Wochenmagazin. Eine exemplarische Analyse von Inhalt, Aufbau, Sprache und Anspruch. Dissertation, Wien, 1981, S. 32. Die Journalisten der ersten Stunde des „Profil“ waren: Jens Tschebull als Chefredakteur, Peter Michael Lingens, Georg Nowotny, Hemlut Voska, Claus Gatterer, Erhard Stackl.

²⁹³ Vgl. Schmidt, Nicole: Profil ... a. a. O., S. 32 f.

²⁹⁴ Schmidt, Nicole: Profil ... a. a. O., S. 34.

„Profil“ etabliert sich nach und nach als Anlaufstelle für Informationen über Missstände im öffentlichen Bereich. Auslöser ist im Februar 1971 ein Bericht über den Wiener Bürgermeister Felix Slavik, der die Verkaufszahl im Freiverkauf von 11.000 auf 18.000 Exemplare steigen lässt. Im Zuge dessen wird das Heft zweimal beschlagnahmt.²⁹⁵

Im Herbst 1972 – „Profil“ kämpft mit wirtschaftlichen Schwierigkeiten – wird der Erscheinungsrhythmus auf 14 Tage verkürzt. Weiterhin anhaltende Turbulenzen – auch innerhalb der in zwei Lager gespaltenen Redaktion –, Abwerbungsversuche von Mitarbeitern durch österreichische Printmedien, vor allem aber massiver Druck des „Kurier“-Verlags veranlassen Bronner schließlich, 51 % an den „Kurier“ zu verkaufen.²⁹⁶

Bronner, zunächst noch Geschäftsführer, stellt „Profil“ im Jänner 1974 auf wöchentliches Erscheinen um, dennoch bleibt das Produkt defizitär und Bronner wird im Juni 1974 von Jens Tschbull als Geschäftsführer abgelöst. Eine massive Kostenreduktion – auch bei der Papierqualität wird eingespart – bei gleichzeitiger Preiserhöhung sind Ausdruck einer misslichen Situation.²⁹⁷

Im Juli 1975 scheidet Tschbull als Geschäftsführer aus und Bronner verkauft die verbliebenen 49 % an den „Kurier“-Verlag, zu dem neben dem „Profil“ auch die Konkurrenzblätter „Wochenpresse“ und „Ecco“ zählen. Es kommt zur Fusion zwischen „Profil“ und „Ecco“, welches zwei Jahre zuvor von abtrünnigen „Trend“-Redakteuren gegründet worden ist.²⁹⁸

Im Zuge des Verkaufs von Bronners restlichen Anteilen an den „Kurier“ wird das „Kurier“-Redaktionsstatut übernommen und es werden – allerdings nur als mündliche, jedoch allgemein akzeptierte Vereinbarung zwischen dem Chefredakteur Peter Michael Lingens, der „Profil“-Redaktion und den Eigentümern – weitere Punkte vereinbart:

²⁹⁵ Vgl. Melzer, Holger: Nachrichtenmagazine ... a. a. O., S. 24.

²⁹⁶ Vgl. Melzer, Holger: Nachrichtenmagazine ... a. a. O., S. 25.

²⁹⁷ Vgl. Melzer, Holger: Nachrichtenmagazine ... a. a. O., S. 26.

²⁹⁸ Vgl. Schmidt, Nicole: Profil ... a. a. O., S. 41 ff.

- Der Herausgeber muss aus der „Profil“-Chefredaktion kommen.
- Der Chefredakteur kann mit $\frac{3}{4}$ -Mehrheit von der Redaktion ausgewählt werden.
- Der „Profil“-Herausgeber hat Budgethoheit, absolute Personalhoheit und das alleinige Recht, Redakteure einzustellen.
- Die Redaktion kann mit einem aufschiebenden Veto Einspruch gegen die Anstellung umstrittener neuer Mitarbeiter erheben.²⁹⁹

Bis September 1976 zeigt das „Profil“-Titelblatt einen weißen Untergrund, danach – ab der Heftnummer 37 – übernimmt das Magazin den roten Rahmen der internationalen Genregrößen „Time“ und „Spiegel“. Mit dem Relaunch des Jahres 1976 wird, angeführt durch Lingens, der journalistische Betrieb grundlegend reformiert: Alle Beiträge – bisher in anonymer Form veröffentlicht – werden nun persönlich gezeichnet, Kolumnen werden ins Leben gerufen. Lingens beschreitet den Weg des journalistischen Meinungspluralismus, die Meinungsäußerung der Autoren wird zu einem wichtigen Bestandteil des Blattes.³⁰⁰



Abb. 13: Das „Profil“-Cover nach dem Relaunch 1976

Mit der Veränderung der Linie und der Durchsetzung des Meinungsjournalismus treten soziale Anliegen deutlicher in den Vordergrund. So nimmt die Sozialreportage als spezifische anwaltschaftliche Darstellungsform in der zweiten Hälfte der siebziger Jahre deutlich breiteren

²⁹⁹ Vgl. Hefner, Claudia: Die Sozialreportage ... a. a. O., S. 99.

Raum ein. Höhepunkt ist der unter dem Titel „Gepflegter Irrsinn“³⁰¹ erschienene Bericht des „Profil“-Mitarbeiters Gerhard Mayer über die Zustände im damals sogenannten „Stein Hof“, dem Psychiatrischen Krankenhaus der Stadt Wien.³⁰²

Erst mit diesen Reformen ist der Weg zum wirtschaftlichen Durchbruch geebnet, das Inseratenaufkommen steigt beträchtlich an und ab 1978 erzielt „Profil“ Gewinne. Im Jahr 1980 gelingt „Profil“ mit der Aufdeckung des AKH-Skandals – federführend durch den Journalisten Alfred Worm – ein Meilenstein.³⁰³

Überhaupt prägt die Berichterstattung über Korruptionsfälle und Skandale zu dieser Zeit sowohl die Gestaltung des Magazins, als auch die journalistische Linie.³⁰⁴ Das Selbstverständnis von „Profil“ ist jenes eines ‚Bauchladens‘, wie sich Lingens ausdrückt, ein *reines* Nachrichtenmagazin könne in Österreich gar nicht existieren.³⁰⁵

Dennoch: ab 1988, unter dem neuen Herausgeber Peter Rabl, verändert sich „Profil“ weg vom Meinungsmagazin in Richtung eines „klassischen Nachrichtenmagazins nach anglo-amerikanischem Muster“,³⁰⁶ und „nähert sich damit auch wieder der ursprünglichen Blattlinie Bronners“.³⁰⁷

Ebenfalls 1988, im Mai, wird der „Kurier“ samt aller Tochterunternehmen, somit auch samt „Profil“, mehrheitlich an die deutsche WAZ-Gruppe verkauft. Folge ist eine kartellähnliche Konzentration am österreichischen Printmedienmarkt.³⁰⁸

Das zu dieser Zeit einzige Konkurrenzprodukt am österreichischen Markt der Nachrichtenmagazine, die „Wochenpresse“, ebenfalls nun im Besitz der WAZ-Gruppe, positioniert sich 1990 aufgrund konstant sinkenden Marktanteils und überalterter Leserstruktur völlig neu und wandelt sich unter dem Titel

³⁰⁰ Vgl. Melzer, Holger: Nachrichtenmagazine ... a. a. O., S. 26 bzw. S. 43.

³⁰¹ Vgl. Profil 50/1978, S. 44–74.

³⁰² Vgl. Hefner, Claudia: Die Sozialreportage ... a. a. O., S. 97 ff.

³⁰³ Vgl. Melzer, Holger: Nachrichtenmagazine ... a. a. O., S. 27.

³⁰⁴ Vgl. Melzer, Holger: Nachrichtenmagazine ... a. a. O., S. 121 f.

³⁰⁵ Vgl. Lingens, Peter Michael: Was hat profil in zehn Jahren erreicht? In: Profil Extra. 10 Jahre Profil. 30.9.1980, S. 8.

³⁰⁶ Lackner, Marianne: Profil und News ... a. a. O., S. 26.

³⁰⁷ Ebd.

³⁰⁸ Vgl. Hefner, Claudia: Die Sozialreportage ... a. a. O., S. 98.

„Wirtschaftswoche“ zunehmend zur Wirtschaftspublikation. Einige Jahre darauf, 1996, wird die „Wirtschaftswoche“, vermutlich aufgrund der für den letzten Eigentümer Holzbrinck mangelnden Profitabilität, endgültig eingestellt.³⁰⁹

7.6 Das Auftauchen von Nachrichten-Illustrierten

Abweichend von den klassischen Nachrichtenmagazinen treten ab 1985 im englisch- wie im deutschsprachigen Raum neue, sich als *moderne Nachrichtenmagazine* bezeichnende Produkte auf den Plan, die mit Begriffen wie Nachrichten-Illustrierte, Videoclipmagazin oder gedrucktes Fernsehen bezeichnet werden. Es handelt sich um Produkte, die ein Leseverhalten analog den Rezeptionsgewohnheiten elektronischer Medien möglich machen.³¹⁰

Am Beginn dieser Entwicklung steht eine *Zeitung*: die am 15.9.1985 erstmals erscheinende „USA Today“. Dieses Blatt weist – wie auch seine Epigonen unter Zeitungen und Zeitschriften – folgende Merkmale auf:

- hoher Visualisierungsgrad,
- konsequentes Vierfarbendesign mit Bildern und Grafiken,
- viele kurze, einfache Beiträge,
- *good news* und *journalism of hope* in hohem Ausmaß,
- Tendenz zur Personalisierung,
- die Dominanz des Marketing bei der Produktgestaltung,
- thematische Verbreiterung durch Ressorts wie Gesellschaft und Sport.³¹¹

Im deutschsprachigen Raum begründet im Oktober 1992 das österreichische „News“ einen an diese Art von Printmedium angelehnten Magazintyp. Kurz danach, im Jänner 2003, folgt „Focus“ in Deutschland.³¹²

³⁰⁹ Vgl. Schattenmann, Birgit: Zeitschriften im Wandel. Die Neupositionierung des Nachrichtenmagazins profil innerhalb der österreichischen Medienlandschaft. Diplomarbeit, Wien, 2000, S. 79.

³¹⁰ Vgl. Schumy, Barbara: Zur Boulevardisierung der österreichischen Wochenmagazine "Profil", "News" und "Format". Diplomarbeit, Wien, 2001, S. 44.

³¹¹ Vgl. Schumy, Barbara: Zur Boulevardisierung ... a. a. O., S. 44 ff.

³¹¹ Vgl. Ebd.

³¹² Vgl. Schumy, Barbara: Zur Boulevardisierung ... a. a. O., S. 53.

Trotz der deutlichen Unterschiede zu den klassischen Nachrichtenmagazinen werden die beiden Produkte, wie auch der neue Zeitschriftentyp insgesamt, bisweilen in die Reihe der Nachrichtenmagazine eingeordnet, so zum Beispiel bei Landgrebe. Dieser sieht als Kernthema von Nachrichtenmagazinen

- *Kritik* als Beitrag zu mehr Objektivität. . Weitere Merkmale sind:
- *Unterhaltung* im Sinne einer Vermittlung von Kenntnissen und Wissen;
- *Aktualität* in Bezug auf das Ereignis selbst, nicht auf dessen Übermittlung;
- *Enthüllung* im Sinne detektivischer Arbeit im öffentlichen Auftrag;
- ein überdurchschnittlich *gebildetes Lesepublikum*.³¹³

Eine derart weit ausholende Definitionsklammer ermöglicht dann auch, dass „News“ und „Focus“ in die Reihe der Nachrichtenmagazine eingereiht werden.³¹⁴

7.7 „Der Spiegel“ nach dem Auftauchen von „Focus“

Am 18.1.1993 erscheint „Focus. Das moderne Nachrichtenmagazin“. Mit dessen Auftauchen ist der „Spiegel“ schlagartig mit dem neuen Magazinjournalismus konfrontiert. Das Medienecho in Deutschland ist ein enormes, wenn auch äußerst gespaltenes. Einzig der „Spiegel“ ignoriert beharrlich den neuen Mitbewerber, abgesehen von – naturgemäß abwertenden Zitaten von Rezensionen anderer Medien im „Rückspiegel“, jener Rubrik des „Spiegel“, die Kommentare anderer Medien abdruckt.³¹⁵

„Der Spiegel“ verzeichnet in nur geringem Ausmaß sinkende Verkaufs- und Leserzahlen, jedoch deutliche Verluste im Anzeigengeschäft.³¹⁶ Die Folge: 1994 ändert sich sein Erscheinungsbild gründlich. Es ist – abgesehen von der

³¹³ Vgl. Landgrebe, Klaus Peter: Nachrichtenmagazine ... a. a. O., S. 17 ff.

³¹⁴ Vgl. Landgrebe, Klaus Peter: Nachrichtenmagazine ... a. a. O. „News“ und „Focus“ werden hierin a priori und ohne weitere Diskussion den Nachrichtenmagazinen zugerechnet.

³¹⁵ Vgl. Meingast, Claudia: Vergleichende Berichterstattung über die Nationalratswahl 1995 in den Printmedien "Der Standard", "Die Presse", "Kurier", "Neue Kronen Zeitung", "Täglich Alles", "News" und "Profil" mit Hauptaugenmerk auf die FPÖ. Diplomarbeit, Wien, 1996, S. 6.

³¹⁶ Vgl. Stockmann, Ralf: Spiegel und Focus ... a. a. O., S. 22 ff.

Umstellung bei Druck- und Papierqualität im April 1967 – die erste Annäherung an ein zeitgeistbedingtes Design in der „Spiegel“-Geschichte.³¹⁷

Seit 1994 fungiert Stefan Aust als Chefredakteur des „Spiegel“. Im selben Jahr betritt „Der Spiegel“ – als erstes Nachrichtenmagazin – den Online-Bereich.³¹⁸ Aust, ein Mann mit einem „Gespür für Themen, die die Gesellschaft in Erregung versetzen“,³¹⁹ leitet das Blatt bis Ende 2008. Oft kritisiert, ist „Der Spiegel“ unter Aust „populärer, manchmal sogar populistischer geworden“.³²⁰

Wegen seiner politischen Tendenz immer wieder umstritten,³²¹ löst die Zeitschrift vor allem seit der „Spiegel-Affäre“ bei Teilen des politischen Establishments geradezu Abneigung aus. Aus zumeist konservativer politischer Richtung kommen Bezeichnungen wie „Giftspritze der Nation“,³²² dafür verantwortlich, dass „junge Menschen den Grünen, den Anarchisten und deren kommunistischen Einpeitschern verfallen, wenn Brandstiftung, umgesägte Strommasten, verletzte Polizisten und Terroristen-Morde zu unserem Alltag gehören“.³²³

7.8 „Profil“ seit „News“

1992 wird „News“ aus der Taufe gehoben – gegründet von den Brüdern Fellner und mehrheitlich finanziert vom Axel-Springer-Verlag. Begleitet wird die Einführung von einem bis dato in Österreich unbekannten Marketingaufwand und neuen Methoden der Akquisition von Kunden bzw. Abonnenten. „News“ positioniert sich als „Nachrichten-Illustrierte“, erhältlich um 20 Schilling, einem Preis deutlich unter jenem von „Profil“ oder „Wirtschaftswoche“. „Profil“ ist schlagartig mit verschärften Bedingungen im Kampf um Werbekunden und Leser konfrontiert.³²⁴

³¹⁷ Vgl. Göbel, Uwe: Zeitschriftengestaltung im Wandel. In: Publizistik Sonderheft 3/2002, S.219–240, hier S. 223 f.

³¹⁸ Vgl. Pieler, Martina: Die Wirtschaftsberichterstattung ... a. a. O., S. 88 f.

³¹⁹ Meckel, Miriam: Interview mit Sonja Pohlmann, siehe <http://www.tagesspiegel.de/medien-news/Stefan-Aust;art15532,2421760> (Abfragedatum 4.5.2009).

³²⁰ Ebd.

³²¹ Vgl. Stockmann, Ralf: Spiegel und Focus ... a. a. O., S. 18.

³²² Ziesel, Kurt: Die Meinungsmacher. Spiegel, Zeit, Stern & Co.. München, 1988, S. 25.

³²³ Ziesel, Kurt: Die Meinungsmacher ... a. a. O., S. 80.

³²⁴ Vgl. Lackner, Marianne: Profil und News ... a. a. O., S. 29 ff. und S. 98 f.

Inhaltlich wendet sich „Profil“ ab 1992, unter dem neuen Herausgeber Hubertus Czernin, erneut dem von Lingens propagierten Meinungsjournalismus zu – unterstützt von breiten Teilen der Redaktion,³²⁵ die sich mit der Linie, aber auch der Person Rabls nur schwer identifizieren können. Ausdruck dieser Tatsache ist ein im Jahr 1991 von der „Profil“-Redaktion mehrheitlich unterstützter Streik gegen die Doppelfunktion Rabls als Herausgeber und gleichzeitig Geschäftsführer der Muttergesellschaft ZVB.³²⁶

Mit der neu aufgetauchten Konkurrenz in Gestalt von „News“ gehen in der Zeit von 1992 bis 1994, wie Lackner zeigt, weitere Veränderungen einher: Ein häufigerer Einsatz von Bildern – vor allem von sogenannten *Briefmarken-Bildern* ohne informativen Charakter – und deutlich kürzere Beiträge als bisher lassen eine Annäherung an „News“ erkennen. In mehreren kleinen Blattreformen werden zusätzliche Rubriken mit Kurzmeldungen eingeführt, die mit der Umstellung ab Ausgabe 42/1994 aber größtenteils wieder rückgängig gemacht werden. Letztendlich möchte man sich – als Gegenposition zu „News“ – vom gedruckten Fernsehen unterscheiden und einem solchen Selbstverständnis Ausdruck verleihen.³²⁷

Die Konkurrenz durch „News“, begleitet von einem Einbruch am Anzeigenmarkt, setzt dem „Profil“ in Form einer Stagnation der Leserzahlen und einer Verringerung der Auflage massiv zu, zwischenzeitlich unterbrochen von einer kurzfristigen Auflagensteigerung auf über 100.000 Exemplare im Frühjahr 1995 aufgrund des von Josef Votzi aufgedeckten Falles Groer.³²⁸

Zwar bescheinigt die Media-Analyse 1995 dem Magazin einen Rekord von 558.000 Lesern, jedoch ist der daraus scheinbar abzuleitende Zuwachs das Resultat veränderter Erhebungsmethoden der Media-Analyse in diesem Jahr.³²⁹

³²⁵ Vgl. Lackner, Marianne: Profil und News ... a. a. O., S. 27.

³²⁶ Vgl. Pieler, Martina: Die Wirtschaftsberichterstattung ... a. a. O., S. 84.

³²⁷ Vgl. Lackner, Marianne: Profil und News ... a. a. O., S. 90 f. und 102 f.

³²⁸ Vgl. Pieler, Martina: Die Wirtschaftsberichterstattung ... a. a. O., S. 84.

³²⁹ Vgl. Lackner, Marianne: Profil und News ... a. a. O., S. 27.

In den folgenden Jahren, mit Votzi als Herausgeber, sinkt die Auflage auf bis zu 55.000 Exemplare ab und die finanzielle Lage wird zunehmend existenzgefährdend.³³⁰

7.9 „Profil“ ab 1998

Der bedrohlichen Entwicklung wird 1998 mit einem Wechsel des Herausgebers begegnet. Christian Rainer, bereits seit einem Jahr Herausgeber des „Trend“, wird von Raiffeisen-General Christian Konrad ersucht, das sich in misslicher Lage befindliche „Profil“ als Herausgeber und Chefredakteur zu übernehmen. Rainer, so er selbst, übernimmt die Tätigkeit zunächst gegen seinen Willen und auf lediglich sechs Monate befristet.³³¹

Rainer, der die Doppelfunktion bis heute begleitet, leitet einen umgehenden Relaunch ein, der sich nicht nur inhaltlich, sondern auch optisch manifestiert. Die mittlerweile in dieser Form nicht mehr zeitgemäßen Covers werden lebendiger gestaltet, überdies drängt Rainer auf eine Reform des Layouts. Das veränderte und neu gegliederte Magazin präsentiert sich am 7.9.1998 erstmals in seinem neuen Gewand.³³²

Kurz darauf, am 5.10.1998, erfolgt eine neuerliche, jedoch lange angekündigte Erschütterung des österreichischen Magazinmarkts durch das Auftauchen des „Format“, eines neuen Nachrichtenmagazins aus der Fellner-Gruppe. Es folgt ein harter Konkurrenzkampf, angeheizt durch den Wechsel mehrerer „Profil“-Mitarbeiter zu „Format“.³³³

³³⁰ Vgl. Pieler, Martina: Die Wirtschaftsberichterstattung ... a. a. O., S. 84.

³³¹ Aus dem Interview d. Verf. mit Rainer am 23.6.2009.

³³² Ebd.

³³³ Vgl. Schattenmann, Birgit: Zeitschriften im Wandel ... a. a. O., S. 2.



Abb. 14: „Profil“-Layout ab September 1998

Rainer zu dieser Schlacht der Magazine heute: „Trotz der Bereitschaft der Eigentümer, eine ‚Kriegskassa‘ zur Verfügung zu stellen, mussten wir auf alle uns zur Verfügung stehenden Mittel zurückgreifen: Laute Titelseiten, schrille Werbung. Für so manches von mir verfasste *Intern* geniere ich mich bis heute. Hätten wir gesagt, machen wir es wie ‚Economist‘ oder ‚Spiegel‘, wir hätten es nicht überlebt. So sind wir auf über 9 % Reichweite gekommen und haben bis zur berühmten ‚Fusion‘ erfolgreich Widerstand geleistet.“³³⁴

„Profil“ treibt die internen Veränderungen rasch voran: Neue Journalisten werden angeworben, beispielsweise Angelika Hager oder Rainer Nikowitz, „ohne die ‚Profil‘ heute nicht mehr denkbar wäre. Inhaltlich ist das ‚Profil‘ ab 1998 luftiger, besser lesbar, ja, lustiger geworden.“³³⁵

Bedingt durch einen beispiellosen Einsatz von Werbemitteln steigt die Auflage auf deutlich über 100.000 und Zuwächse im Anzeigengeschäft von über 10 % werden verbucht. Plötzlich, im September 2000, ändern sich die Rahmenbedingungen erneut, als die „Kurier“-Gruppe gegen eine 30 %-Beteiligung ihre Magazin-Tochter ZVB in die „Verlagsgruppe News“ einbringt. Der damit einhergehende Zusammenschluss sämtlicher relevanter Marktteilnehmer am österreichischen Zeitschriftenmarkt mit politischer Berichterstattung wird vom Kartellgericht unter der Auflage einer

³³⁴ Aus dem Interview d. Verf. mit Rainer am 23.6.2009.

³³⁵ Ebd.

Bestandsgarantie für das „Profil“ und dessen redaktionelle Eigenständigkeit und Unabhängigkeit genehmigt.³³⁶

Rainer betont die zu dieser Zeit nach wie vor von „Profil“ eingenommene Führungsposition unter den österreichischen Nachrichtenmagazinen und begründet dies mit den Auswirkungen auf die Fusion: „Wir waren damals einfach die viel stärkere Marke als ‚Format‘. Letztlich hat sich dies auch bei der Bewertung der fusionierten Unternehmen gezeigt, wo die Marke ‚Profil‘ – trotz schwacher Rendite – zu einer hohen Bewertung geführt hat.“³³⁷

Der mehrheitliche Zusammenschluss der beiden großen österreichischen Zeitschriftenverlage hat, wie auch vergleichbare Entwicklungen am Tageszeitungsmarkt, eine bis heute anhaltende öffentliche Diskussion über das Thema Pressekonzentration und Kartellrecht hervorgerufen. Abbildung 16 verdeutlicht die Zusammenhänge am österreichischen Printmedien-Markt.³³⁸

In den Jahren nach Beendigung des Konkurrenzkampfes mit „Format“ fallen die Auflagen und Reichweiten stetig ab. 2001 weist die Media-Analyse für „Profil“ eine Reichweite in Österreich von 8,9 % aus, diese sinkt bis zum Jahr 2007 auf 5,2 % ab. Erst 2008 gelingt mit einer Steigerung auf 5,7 % eine Trendwende.³³⁹

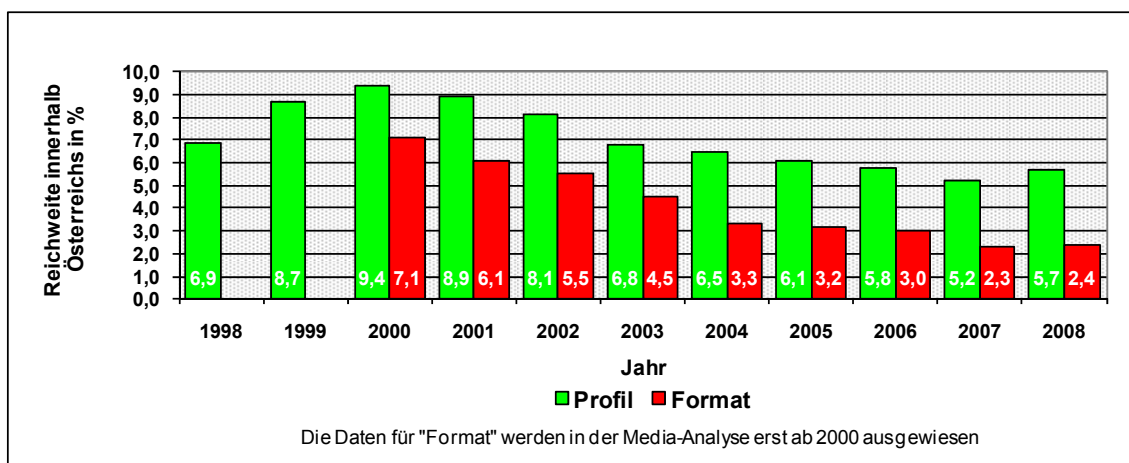


Abb. 15: Reichweiten von „Profil“ und „Format“ 1998 bis 2008

³³⁶ Vgl. Pieler, Martina: Die Wirtschaftsberichterstattung ... a. a. O., S. 85.

³³⁷ Aus dem Interview d. Verf. mit Rainer am 23.6.2009.

³³⁸ Vgl. Schumy, Barbara: Zur Boulevardisierung ... a. a. O., S. 34.

³³⁹ Vgl. Media-Analyse: Online unter: www.media-analyse.at/studies.do (Abfragedatum 19.6.2009).

Rainer sieht die niedrigeren Reichweiten gelassen und betont die ökonomische Situation aus seiner Sicht: „Wir verkaufen heute unsere Abos zu vollen Preisen und verzichten auf Rabatt-Aktionen. Unsere Umsatzrendite betrug letztes Jahr 15,7 %. Außerdem konnten wir gerade 2008 im Bereich des investigativen Journalismus, einer Kernkompetenz von ‚Profil‘, an große Erfolge anschließen. Wir sind mehr als bisher Hauptansprechpartner für Leute, die ‚etwas loswerden‘ wollen. Im Gegensatz dazu hat sich ‚News‘ verstärkt auf das Genre Society verlegt.“³⁴⁰

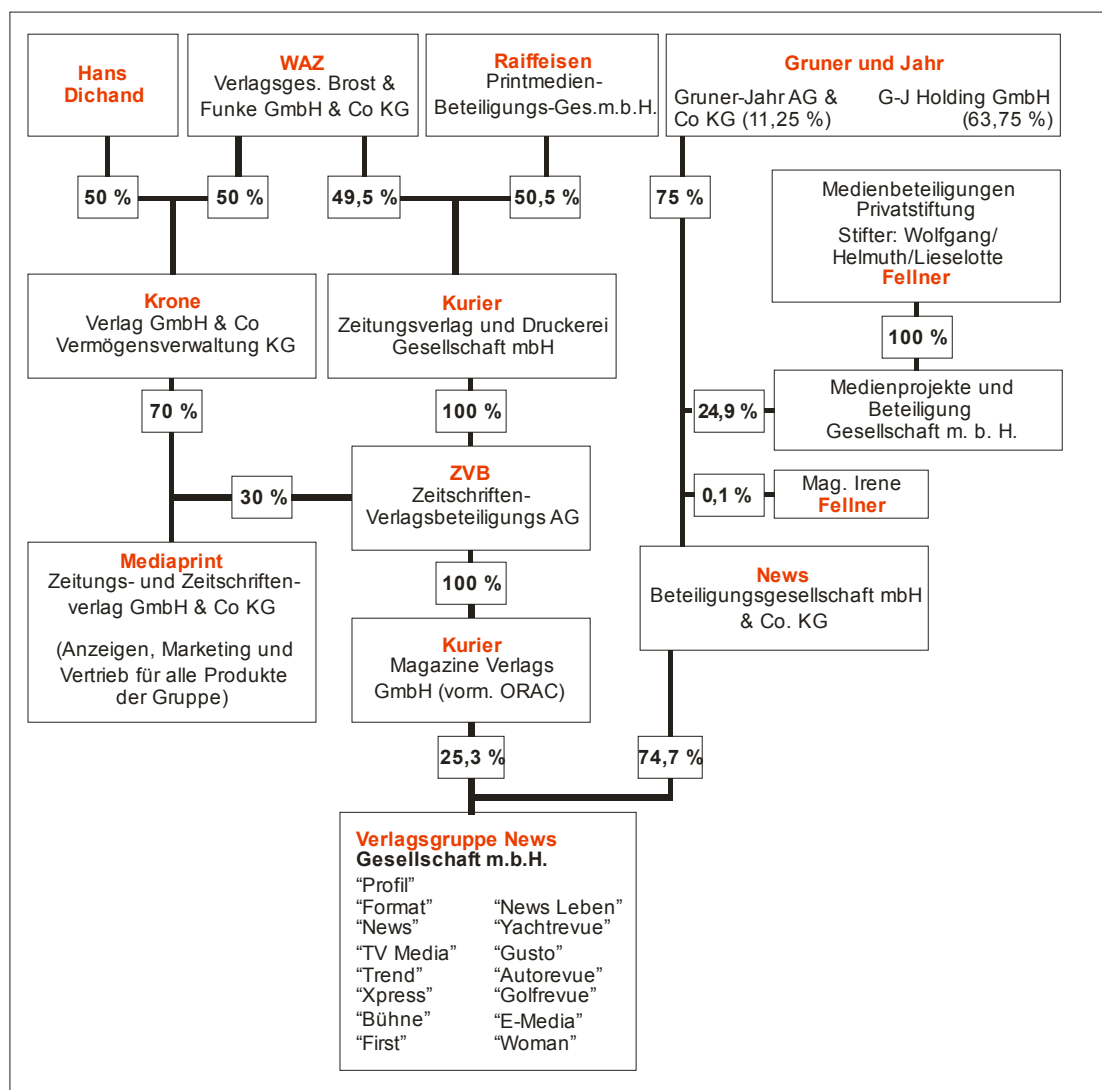


Abb. 16: Beteiligungsverhältnisse rund um die „Verlagsgruppe News“

³⁴⁰ Aus dem Interview d. Verf. mit Rainer am 23.6.2009.

7.10 „Profil“ als Objekt kommunikationswissenschaftlicher Forschung

Insbesondere seit den achtziger Jahren befassen sich zahlreiche wissenschaftliche Arbeiten zentral mit dem „Profil“. Wichtiger Meilenstein ist eine von „Profil“ selbst initiierte, in Zusammenarbeit mit dem Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft durchgeführte und von Rust 1990 publizierte Untersuchung. Zentrale Frage dieser Studie sind die Kommunikationsleistungen des „Profil“ im Hinblick auf das Kaufverhalten, ist also die Qualität des „Profil“ in der Einschätzung des Publikums und damit seine Eignung als Werbeträger.³⁴¹

Das Ergebnis eröffnet interessante Einblicke in die Einstellung der „Profil“-Leser. Festgestellt werden in dieser Studie

- eine enge Leser-Blatt-Bindung³⁴² und
- außerordentlich hohe Glaubwürdigkeit,³⁴³
- überdies ist „Profil“ integrierter Bestandteil der Kommunikationskultur seiner Leser.³⁴⁴
- Es erhält eine außerordentlich gute Bewertung hinsichtlich Aktualität,³⁴⁵ Verständlichkeit,³⁴⁶ Sachkenntnis³⁴⁷ sowie der Qualität des redaktionellen Angebots, vor allem im Ressort Innenpolitik.³⁴⁸
- Allerdings weist die Studie einen relativ schlechten Wert für die Meinung der Leser über die parteipolitische Neutralität des Blattes aus.³⁴⁹

³⁴¹ Vgl. Rust, Holger: Das Profil. Eine qualitative Studie über die Kommunikationsleistungen des Nachrichtenmagazins. Wien, 1990.

³⁴² 54 % der Leser erklärten, das Blatt würde Ihnen bei Nichterscheinen „sofort fehlen“.

Vgl. Rust, Holger: Das Profil ... a. a. O., S. 4.

³⁴³ Durchschnittswert 2,02 nach Schulnoten. Vgl. Rust, Holger: Das Profil ... a. a. O., S. 10.

³⁴⁴ 82 % der Befragten haben „in letzter Zeit über ... Beiträge aus dem Profil gesprochen“.

Vgl. Rust, Holger: Das Profil ... a. a. O., S. 32.

³⁴⁵ Durchschnittswert 1,52 nach Schulnoten, nach Rust eine „Traumnote“, die er als Beleg für die hohe Bedeutung des „Profil“ für die tägliche Kommunikation interpretiert.

Vgl. Rust, Holger: Das Profil ... a. a. O., S. 44.

³⁴⁶ Durchschnittswert 2,25 nach Schulnoten. Vgl. Rust, Holger: Das Profil ... a. a. O., S. 42.

³⁴⁷ Durchschnittswert 2,04 nach Schulnoten. Vgl. Rust, Holger: Das Profil ... a. a. O., S. 45.

³⁴⁸ Durchschnittswert 1,98 nach Schulnoten. Vgl. ebd.

³⁴⁹ Durchschnittswert 2,69 nach Schulnoten. Vgl. Rust, Holger: Das Profil ... a. a. O., S. 12.

Rust empfiehlt, die als Leserbefragung angelegte Studie mehr als explorative denn als repräsentative Untersuchung zu betrachten.³⁵⁰

Eine Reihe weiterer Studien, Dissertationen und Diplomarbeiten, vornehmlich am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien verfasst, liefert Aussagen zu qualitativen Fragen rund um „Profil“. 1984 weist Melzer die Bedeutung des „Profil“ als gesellschaftliches *Kontrollorgan* nach. „Profil“ wird als „das wichtigste Medium der publizistischen Korruptionskontrolle in Österreich“³⁵¹ und als in dieser Hinsicht konkurrenzlos bezeichnet.³⁵²

Dass sich diese Funktion des „Profil“ vor allem systemtheoretisch begründen lässt, geht aus der Erkenntnis hervor, dass hinter der Aufdeckungsserie keineswegs eine Strategie des Blattes zu erkennen ist, wie Melzer nachweist.³⁵³

„Profil“ ist auch immer wieder Gegenstand vergleichender Untersuchungen, die sich mit journalistisch-qualitativen Fragen auseinandersetzen. Beispielsweise attestiert Berger dem „Profil“ im Vergleich mit „News“ einen deutlich höheren Qualitätsanspruch. Maßstab ist das von ihr erhobene geringere Ausmaß an redaktionellen Anzeigen.³⁵⁴

1996 untersucht Meingast österreichische Printmedien und deren Wahlkampfberichterstattung und bescheinigt „Profil“ im Vergleich mit dem „Standard“, der „Presse“, dem „Kurier“, der „Neuen Kronen Zeitung“, „Täglich Alles“ und „News“ die kritischste Berichterstattung, verbunden mit der höchsten Zahl an negativen Meinungsäußerungen bezogen auf die Freiheitliche Partei Österreichs unter allen untersuchten Medien.³⁵⁵

³⁵⁰ Vgl. Rust, Holger: Rust, Holger: Das Profil ... a. a. O., S. 3 f.

³⁵¹ Melzer, Holger: Nachrichtenmagazine ... a. a. O., S. 120.

³⁵² Vgl. ebd.

³⁵³ Vgl. Melzer, Holger: Nachrichtenmagazine ... a. a. O., S. 120 f.

³⁵⁴ Vgl. Berger, Ursula: "Sein oder Schein". Wenn die Grenzen zwischen Redaktionellem und Anzeigen verwischen, um die ökonomische Unabhängigkeit eines Medienunternehmens zu sichern und von ethischen Grundsätzen keine Rede mehr ist. Ein Vergleich der Nachrichtenmagazine News und Profil. Diplomarbeit, Wien, 2000.

³⁵⁵ Vgl. Meingast, Claudia: Vergleichende Berichterstattung ... a. a. O., 166 f.

2000 untersucht Schattenmann die (Neu-)Positionierung des „Profil“ im Lichte der 1998 erfolgten Gründung der Zeitschrift „Format“. Sie stellt eine inhaltliche Verbreiterung und unterhaltsamere Gestaltung fest; dies jedoch bei unverändert hoher Glaubwürdigkeit und Leser-Blatt-Bindung, sowie nach wie vor hohem Ansehen bei Lesern und Abonnenten.³⁵⁶

Schumy widmet sich 2001 einer von ihr hypothetisierten Boulevardisierung der Zeitschriften „Profil“, „Format“ und „News“ und stellt dabei auch für „Profil“ durchaus boulevardeske Züge fest. „Populärjournalistische Darstellungsformen und Strategien (gehören) zum gängigen Repertoire“³⁵⁷ des „Profil“, so Schumy. Aus damaliger Sicht erkennt die Verfasserin dennoch eine *back to the roots*-Positionierung des Magazins, die sich vorrangig an seriösem Qualitätsjournalismus orientiert.³⁵⁸

2003 schließlich untersucht Sjögren die Titelseiten von „Profil“ und „Spiegel“ hinsichtlich ihrer visuellen Gestaltung. Sjögren bezeichnet aufgrund einer wahrnehmungstheoretischen Untersuchung, die die Jahre 1970 bis 1990 umfasst, die *covers* des „Profil“ als tendenziell „pointiert und oft auch provokant“,³⁵⁹ wohingegen jene des „Spiegel“ weniger vordergründig und vehement seien.³⁶⁰

³⁵⁶ Vgl. Schattenmann, Birgit: Zeitschriften im Wandel ... a. a. O., S. 180 f.

³⁵⁷ Schumy, Barbara: Zur Boulevardisierung ... a. a. O., S. 95.

³⁵⁸ Vgl. Schumy, Barbara: Zur Boulevardisierung ... a. a. O., S. 95 ff.

³⁵⁹ Sjögren, Cecilia: Titelseiten von Spiegel und Profil 1970–1990. Inhaltliche und formale Aspekte. Dissertation, Wien, 2003, S. 202.

³⁶⁰ Vgl. ebd.

8 Inhaltsanalyse

Zentraler Bestandteil dieser Arbeit ist die Erarbeitung der Grundlagen für eine empirische Qualitätsstudie mittels einer *Inhaltsanalyse*. Das dabei geschaffene Untersuchungsmodell soll beispielhaft am Nachrichtenmagazin „Profil“ erprobt werden. Es ist das Ziel, relevante Aussagen hinsichtlich der journalistischen Qualität von „Profil“ für definierte Zeiträume treffen zu können. Der Untersuchungsvorgang selbst soll darüber hinaus einen sich selbst beobachtenden Vorgang auslösen, der die Untersuchungsschritte im Nachhinein kritisch hinterfragt. Es wird also nicht nur „Profil“ untersucht, sondern – als empiriegeleiteter Prozess – auch die Methode selbst.

8.1 Arbeitshypothesen

Hinter der in Folge zu führenden Untersuchung stehen drei Forschungsfragen. Zunächst ist zu ermitteln:

- Lässt sich, bzw., wie lässt sich aus dem Stand der Forschung eine auf einer Inhaltsanalyse aufbauende *empirische Qualitätsstudie* erarbeiten?

Im Rahmen dessen schließen zwei Forschungsfragen an, die an dieser Stelle mit *Generalhypothesen* beantwortet werden:

- Kann man „Profil“ in seiner aktuellen Verfassung als Qualitätsmedium bezeichnen?
Generalhypothese: Das Nachrichtenmagazin „Profil“ kann als Qualitätsmedium bezeichnet werden.
- Lassen sich im Zeitraum der letzten zehn Jahre Schwankungen in der journalistischen Qualität des „Profil“ feststellen?
Generalhypothese: Innerhalb der letzten zehn Jahre ist keine spürbare Veränderung hinsichtlich der journalistischen Qualität des „Profil“ erkennbar.

In nächster Konsequenz sind Hypothesen zu bilden, die sich allesamt aus den theoretischen Vorüberlegungen des bisherigen Teils der Arbeit ableiten. Konkret lassen die Forschungsfragen folgende Hypothesen zu:

H 1.1³⁶¹: Das aktuelle „Profil“ bedient sich einer Sprache, die für gute journalistische Qualität als typisch erachtet werden kann.

H 1.2: Die Sprache von „Profil“ hat sich, bezogen auf Qualitätskriterien, seit 1999 nicht verändert.

H 2.1: „Profil“ respektiert die journalistischen Handwerksregeln, die für ein Qualitätsmedium unabdingbar sind.

H 2.2: „Profil“ respektiert die journalistischen Handwerksregeln seit 1999 in gleicher Art und Weise.

H 3.1: „Profil“ bietet Information an, die dem Rezipienten die Inhalte in einer für ein Qualitätsmedium typischen Art und Weise aufzubereiten und zu verdeutlichen in der Lage sind.

H 3.2: Die Art und Weise, die Inhalte von Informationen für den Rezipienten zu aufzubereiten und zu verdeutlichen, hat sich, wenn man dies an Kriterien für Qualitätsmedien bemisst, bei „Profil“ in den letzten zehn Jahren nicht verändert.

H 4.1: „Profil“ wählt Themen, die für das Gegenteil von Qualitätsmedien kennzeichnend sind, nur dann aus, wenn sie gesellschaftliche Relevanz besitzen und latente Aktualität aufweisen.

H. 4.2: Wenn im Zeitraum seit 1999 von „Profil“ Themen ausgewählt wurden, die für das Gegenteil von Qualitätsmedien kennzeichnend sind, dann immer

³⁶¹ Der hier verwendete zweigliedrige Code ist wie folgt zu verstehen: Der erste Teil verweist auf die Untersuchungskategorie in der nachfolgenden Inhaltsanalyse. Die zweite Ziffer bezieht sich auf den Zeitraum der Stichprobe: Ziffer 1=2008; Ziffer 2=1999 bis 2008.

nur, wenn sie gesellschaftliche Relevanz besitzen und latente Aktualität aufweisen.

8.2 Wissenschaftliche Eckpfeiler der Untersuchung

Qualität im Journalismus lässt sich, wie sich gezeigt hat, nur durch die Zusammenführung mehrerer Dimensionen hinreichend beschreiben; verschiedene Perspektiven und Begründungszusammenhänge, so Arnold, seien dabei zusammenzuführen.³⁶²

Qualitätsstudien können im Wesentlichen auf dreierlei Ebenen ansetzen: beim Publikum, bei den Inhalten sowie bei den Kommunikatoren.³⁶³ Die vorliegende Arbeit setzt per definitionem bei den *Inhalten* an und arbeitet mit dem Instrument der Inhaltsanalyse.

Kommunikationswissenschaftliche Perspektiven

Nachdem im bisherigen Teil der Arbeit der Stand der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Bezug auf das Thema journalistische Qualität erörtert wurde, gilt es nun, Möglichkeiten für eine inhaltsanalytische Studie auszuloten. Dazu soll vorab die der folgenden Untersuchung zugrunde liegende *kommunikationswissenschaftliche Positionierung* dargestellt werden:

Die Arbeit versteht sich als Untersuchung auf dem Gebiet der *Journalistik*, wie von Weischenberg definiert.³⁶⁴ Seinem *Zwiebel-Modell* folgend, wird dabei vorwiegend auf die Ebenen der *Medienaussagen* eingegangen. Die Ebene der *Medienakteure* wird hingegen nur insofern berührt, als die Standpunkte der *Journalisten als Berufsgruppe* zu Merkmalen journalistischer Qualität in der Inhaltsanalyse Berücksichtigung finden.³⁶⁵

³⁶² Vgl. Arnold, Klaus: *Qualität im Journalismus* ... a. a. O., S. 502.

³⁶³ Vgl. Arnold, Klaus: *Qualität im Journalismus* ... a. a. O., S. 503.

³⁶⁴ Vgl. Weischenberg, Siegfried: *Journalistik* ... a. a. O., S. 13.

³⁶⁵ Zum Zwiebel-Modell Weischenbergs vgl. Weischenberg, Siegfried: *Journalistik* ... a. a. O., S. 71.

Weiters sieht sich die Untersuchung vom Ansatz her *systemtheoretisch* ausgerichtet, berücksichtigt jedoch ebenso die aus *normativ-ontologischen* Positionen herausgearbeiteten Erkenntnisse. Die Konstruktion der Inhaltsanalyse darf demnach auch auf die Operationalisierung von absolut gesetzten Normen und Werten zurückgreifen. Wesentlich ist überdies die Einbeziehung von Standpunkten aus einer *publikumsorientierten Perspektive*, sofern diese zur inhaltsanalytischen Operationalisierung von journalistischer Qualität beitragen können.

Bezugsaspekt der Arbeit ist die *gattungsspezifische Realisierung* des Produkts Nachrichtenmagazin. Es wird daher keine umfassende Antwort darauf geben können, ob die Zeitschrift „Profil“ nach *sämtlichen Erkenntnissen der Kommunikationswissenschaft* als Qualitätsmedium betrachtet werden kann; wesentliche Aspekte, wie der institutionelle Aspekt oder Fragen der Qualitätssicherung, bleiben außer Betracht.

8.3 Inhaltsanalyse

Schlussfolgerungen aus der systematischen Untersuchung von Mitteilungen zu ziehen, ist die Grundidee der *standardisierten und quantifizierenden Inhaltsanalyse* (content analysis),³⁶⁶ der am häufigsten verwendeten Methode zur Analyse von Medienbotschaften.³⁶⁷

Die Inhaltsanalyse dient in der Kommunikationswissenschaft nicht nur der bloßen Beschreibung von Inhalten. Vielmehr fungieren die Inhalte als *Indikatoren* für deren Entstehungsbedingungen wie auch für die Reaktionen des Publikums. Als methodischer Ansatz wird die Inhaltsanalyse für die Erhebung von Qualität bei Medieninhalten weithin eingesetzt. Dies geschieht in Form von Objektivitätsstudien, Studien über Genauigkeit oder Verzerrung in medialen

³⁶⁶ Vgl. Schulz, Winfried: Inhaltsanalyse. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, 2009, S. 43–64, hier S. 44.

³⁶⁷ Vgl. Bonfadelli, Heinz. Medieninhaltsforschung... a. a. O., S. 79.

Texten, aber auch von Erhebungen von Mustern der Konstruktion von Realität.³⁶⁸

Für die vorliegende Arbeit ist die Inhaltsanalyse die zentrale Untersuchungsmethode. Im Hinblick auf die Verwertbarkeit inhaltsanalytischer Ergebnisse sieht sich die Untersuchung der Position von Merten verpflichtet, welcher eine *Inferenz*, eine Korrelation zwischen inhalts-internen und inhalts-externen Merkmalsausprägungen nicht nur für möglich hält, sondern sogar definitiv als zutreffend erachtet.³⁶⁹ Diesem Ansatz wird dadurch entsprochen, dass aus *konkreten Texten* (hier: Beiträge in einem Nachrichtenmagazin) auf ein *modellhaftes Subsystem* der Medienrealität (hier: Qualitätsmedien) rückgeschlossen wird.

Die *Variablen*, die es zu operationalisieren gilt, sind jene Bedingungen, die weiter oben als *Merkmale von Qualitätsjournalismus* festgemacht wurden. Die zu untersuchenden Inhalte müssen imstande sein, solche Bedingungen hinreichend zu reflektieren.

Der Zielsetzung der Arbeit folgend, wird kein Vergleich von „Profil“ mit einem anderen Medium stattfinden. Dies macht die Arbeit insofern schwierig, als sich mit der *Logik des Vergleichs* am leichtesten relevante Ergebnisse über die Text-Kontext-Beziehung erzielen lassen.³⁷⁰ Eine vergleichende Vorgehensweise wird lediglich in Form einer *Trendanalyse* Verwendung finden, wobei für lediglich ein und dasselbe Medium, nämlich „Profil“, Stichproben entlang einer Zeitachse miteinander verglichen werden.

8.3.1 Quantitative vs. qualitative Inhaltsanalyse

Für Friedrichs stellt die Inhaltsanalyse eine Methode dar, „Texte, Sendungen, Töne oder Bilder als Teil sozialer Kommunikation einer quantitativen Analyse zu unterziehen. Die Analyse kann sowohl auf den Inhalt zielen wie von der

³⁶⁸ Vgl. Schulz, Winfried: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 47.

³⁶⁹ Vgl. Merten, Klaus: Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. Opladen, 1995, S. 23 ff.

³⁷⁰ Vgl. Merten, Klaus: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 23.

Nachricht auf den Sender und dessen Absichten oder auf den Empfänger schließen“.³⁷¹

In welcher Art und Weise dies geschieht, ist Gegenstand kommunikationswissenschaftlicher Debatten, insbesondere einer solchen zwischen Verfechtern der *quantitativen* und der *qualitativen* Inhaltsanalyse. Dieser Diskurs hat „in der Frühphase der inhaltsanalytischen Forschung die Gemüter erregt“.³⁷²

Vertreter einer *quantitativen* Position neigen tendenziell dazu, Inhaltsanalyse auf den *manifesten Teil* einer Nachricht beschränken zu wollen. Demgegenüber gehen die Anhänger einer *qualitativen* Ausrichtung der Inhaltsanalyse von der Zulässigkeit der Entschlüsselung von *konnotativen Bedeutungen*, beispielsweise der Assoziationsgehalte von Nebenvorstellungen und Gefühlswerten aus.³⁷³

Alles in allem, so Früh, gehe es in der empirischen Sozialforschung letztendlich doch immer darum, *inhaltliche Fragestellungen* zu reflektieren, somit um die Aufklärung *qualitativer* Sachverhalte. Erst methodisch hat man dann die Möglichkeit, sich qualitativ oder quantitativ auszurichten. Doch „in Bezug auf die Inhaltsanalyse ist eine strikte Kontrastierung qualitativer und quantitativer Vorgehensweisen ... theoretisch wie praktisch gegenstandslos“.³⁷⁴

In der vorliegenden Studie überwiegt, methodisch betrachtet, eine *qualitative Vorgehensweise*. Die Inhaltsanalyse bedient sich dabei der Methode der *skalierenden Strukturierung*, deren Ziel es ist, das Untersuchungsmaterial auf

³⁷¹ Friedrichs, Jürgen: Methoden empirischer Sozialforschung. Opladen, 1980, S. 315.

³⁷² Schulz, Winfried: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 49.

³⁷³ Vgl. Friedrichs, Jürgen: Methoden ... a. a. O., S. 318 f.

³⁷⁴ Früh, Werner: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. Konstanz, 2007, S. 67.

einer *Skala* einzuschätzen, die zumeist in Form einer *Ordinalskala*³⁷⁵ konstruiert ist.³⁷⁶

Die zu untersuchenden Texte werden zu einer Grundaussage in Bezug auf die jeweilige Kategorie verdichtet, die Einschätzungen im Zuge der Ergebnisaufbereitung zusammengefasst und analysiert.

8.3.2 Arten der Inhaltsanalyse

Die Inhaltsanalyse, so Bonfadelli, sucht nach hypothesenrelevanten Merkmalen aus der Perspektive der Fragestellung.³⁷⁷ Für diese Suche stehen verschiedene Arten der Inhaltsanalyse zur Auswahl, die sich aufgrund unterschiedlicher Zielsetzungen voneinander unterscheiden:

- *Häufigkeitsanalyse/Frequenzanalyse*:
Untersucht wird die Frequenz des Vorkommens von Themen, Akteuren oder Symbolen, wobei von der Häufigkeit auf die Wichtigkeit geschlossen wird. Bisweilen werden auch Umfang oder Fläche von Beiträgen untersucht.³⁷⁸ Die Themenfrequenzanalyse kann als Grundmodell der Inhaltsanalyse aufgefasst werden.³⁷⁹
- *Elektronische Inhaltsanalyse*:
Dabei handelt es sich um eine computergestützte Themenfrequenz- bzw. Symbolanalyse aufgrund eines vorerfassten Wörterbuchs, welches die

³⁷⁵ Merten unterscheidet folgende Arten von Skalen, mit denen man empirische Relationen in numerische Relationen transferieren kann:

- Nominalskalen: Objekte werden durch Gleichheit/Ungleichheit zugeordnet
- Ordinalskalen: Objekte werden Eigenschaften zugeordnet, die gereiht werden können (z.B. viel/mittel/wenig)
- Intervallskalen sind Ordinalskalen mit einem als zulässiges Maß interpretierbaren Abstand zwischen zwei benachbarten Rangplätzen, z.B. eine Temperaturskala.
- Rationalskalen sind Intervallskalen, bei denen es zulässig ist, beliebige Skalenwerte zueinander ins Verhältnis zu setzen, wie z.B. bei Ergebnissen der Flächenmessung von Beiträgen in Zeitungen.

Vgl. Merten, Klaus: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 96 ff.

³⁷⁶ Vgl. Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim, 2000, S. 92 ff.

³⁷⁷ Vgl. Bonfadelli, Heinz. Medieninhaltsforschung... a. a. O., S. 80.

³⁷⁸ Vgl. Bonfadelli, Heinz. Medieninhaltsforschung... a. a. O., S. 81 und Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 13.

³⁷⁹ Vgl. Fröh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 147 f.

automatische Codierung ermöglicht. Diese Art der Untersuchung ist jedoch mit einer Vielzahl möglicher Probleme behaftet, wie Mayring ausführt.³⁸⁰

- *Bewertungsanalyse/Valenz- bzw. Intensitätsanalyse*: Erhoben wird die Richtung von Einstellungen zu oder Bewertungen von Themen oder Akteuren. Die Bewertung erfolgt beispielsweise auf einer Ordinalskala nach der Intensität von Bewertungen.³⁸¹
- Werden Zusammenhänge zwischen Themen, Akteuren und Werten erhoben, spricht man von *Kontingenzanalyse*. Es wird untersucht, ob bestimmte Textelemente besonders häufig im gleichen Zusammenhang auftauchen. Es wird also *Assoziationen* von Textelementen nachgegangen.³⁸²

Die vorliegende Studie soll den Anspruch einer *eingeschränkten* Kontingenzanalyse erfüllen, indem von einem Zusammenhang zwischen den Themen (respektive Inhalten), Akteuren (dem Subsystem Nachrichtenmagazin) und einem Wertekatalog (journalistische Qualität) ausgegangen wird, jedoch – und hierin besteht die Einschränkung – nur ein Teil der wechselseitigen Bezüge im Zuge der Untersuchung Berücksichtigung findet.

8.3.3 Dimensionen der Inhaltsanalyse

Die Inhaltsanalyse ermöglicht eine Annäherung an eine zu analysierende Einheit in mehreren *Dimensionen*, die Merten wie folgt unterscheidet:

- Die *syntaktische Dimension*: Hier werden Texte segmentiert, beispielsweise nach Silben oder Worten (*syntaktische Ebene*). Auch die Vermessung nach physikalischen Einheiten, zum Beispiel nach Länge und Breite, zählt dazu (*physikalische Ebene*). Die syntaktische Dimension ist jene mit größtmöglicher Objektivierbarkeit.

³⁸⁰ Vgl. Bonfadelli, Heinz. Medieninhaltsforschung... a. a. O., S. 81 f. und Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 14.

³⁸¹ Vgl. Bonfadelli, Heinz. Medieninhaltsforschung... a. a. O., S. 81.

³⁸² Vgl. Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 15.

- Die *semantische Dimension*: Hier wird nach der Bedeutung der Zeichen gefragt, zum Beispiel werden Beiträge auf die ihnen zugrunde liegenden Themen untersucht. Objektivierbarkeit bedingt in diesem Falle explizite Relationen zwischen bestimmten Zeichen und bestimmten Bedeutungen.
- Die *pragmatische Dimension*: In der pragmatischen Dimension versteht sich Inhaltsanalyse als Kommunikationsanalyse, genauer gesagt als *Analyse von Kommunikationsinhalten*. Sie untersucht beispielsweise handlungsleitende Elemente eines Textes oder spürt Wirkungsabsichten auf.³⁸³

Die gegenständliche Inhaltsanalyse bewegt sich in allen drei Dimensionen, da, wie Früh ausführt, Aspekte wie ein einzelner Begriff, die einzelne Aussage, Sinnkomplexe oder auch ganze, sinnkohärente Texte, in komplexer Weise miteinander verschränkt sind und somit eine *transaktionale Beziehung* bilden.³⁸⁴

Zunächst wird in der *syntaktischen Dimension* gearbeitet, indem das einzelne Wort, aber auch die Konstruktion des Satzbaus einbezogen werden.

Im Zentrum der Betrachtung steht die *semantischen Ebene*. Die Untersuchung verfolgt hier die Aufgabe, die zum Ausdruck gebrachten Bedeutungen außersprachlicher Sachverhalte zu erfassen. Es sind also gleiche Bedeutungszusammenhänge in gleicher Art zu codieren, auch wenn sie an der Textoberfläche unterschiedliche Formulierungen aufweisen.

Das Grundproblem der Semantik und ihrer Theorien liegt, so Bünning, darin, dass letztere „nicht im strengen Sinne, sondern nur approximativ verifizierbar“³⁸⁵ sind. In Bezug auf die Inhaltsanalyse liegt die Schwierigkeit darin, in Texten vorhandene strukturelle Beziehungen abzubilden. Da die Inhaltsanalyse eine „Suchstrategie (ist), die auf bestimmte Textmerkmale zielt“,³⁸⁶ hat sie umso größere Schwierigkeiten mit *Bedeutungen*, die sich „oft

³⁸³ Vgl. Merten, Klaus: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 19 f.

³⁸⁴ Vgl. Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 272.

³⁸⁵ Bünning, Karl-Dieter: Einführung in die Linguistik. Frankfurt am Main, 1987, S. 199.

³⁸⁶ Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 270.

erst durch ein bestimmtes sequenzielles Arrangement ergeben oder dynamisch verändern“.³⁸⁷

Problematisch an solchen Untersuchungen ist überdies die *intersubjektive Überprüfbarkeit*. Zum Beispiel kann in den Augen verschiedener Betrachter ein Urteil über die Intensität des Einbringens der eigenen Meinung des Journalisten in einen Beitrag völlig unterschiedlich ausfallen.³⁸⁸

Da in Folge mit derartigen Problemen bei der Verdichtung einzelner Aussagen zu rechnen ist, wird für die Inhaltsanalyse die Einbeziehung eines *hermeneutischen Aspekts* ausdrücklich zugelassen.

Die Studie arbeitet überdies auch in der *pragmatischen Dimension*, indem Kommunikationsinhalte in Form von Kommunikationsabsichten untersucht werden.

8.3.4 Hermeneutik und hermeneutische Elemente innerhalb der Inhaltsanalyse

Bei der Hermeneutik handelt es sich um eine „universelle Theorie des Umgangs mit historisch-gesellschaftlichen Gegenständen allgemein, insbesondere aber künstlerisch-literarischer Art“.³⁸⁹ Tätigkeit der Hermeneutik ist einerseits das *Einlassen auf den Gegenstand* (werkimmanente Position), andererseits die *Analyse von Hintergrundwissen* wie die Biografie des Autors oder literaturgeschichtliche Bezüge (werkübergreifende Position). In den letzten beiden Jahrzehnten bedient sich die Hermeneutik darüber hinaus der Methode der *Dekonstruktion*, indem Texte nicht mehr als ein einziger, sondern als Summe mehrerer Sinnzusammenhänge beschrieben werden. Die Texte werden für diesen Zweck in verschiedene Sinnzentren zerlegt und einer hermeneutischen Betrachtung unterzogen.³⁹⁰

³⁸⁷ Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 271.

³⁸⁸ Vgl. Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 146.

³⁸⁹ Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 50.

³⁹⁰ Vgl. Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 50 f.

Die Technik besteht – ungeachtet der Einnahme einer dieser Positionen – darin, beschreibende, deutende und wertende Aussagen zu untersuchen. Dies führt, nach Lektüre eines kompletten Textes, zur Formulierung eines *Eindrucks*, der gegebenenfalls anhand von Textstellen oder Textbezügen belegt werden können muss.³⁹¹

Der Gesamteindruck kann – in begrenztem Umfang – inkonsistente Merkmale, so sie als unerheblich eingestuft werden, ignorieren. Die Arbeit der Hermeneutik ist mit der Formulierung des Eindrucks des Texts abgeschlossen; die Weiterverarbeitung hingegen muss mit anderen Methoden erfolgen.³⁹²

Die Hermeneutik als Methode kann daher in dieser Arbeit lediglich als Submethode innerhalb der Interpretation eines Textes hinsichtlich bestimmter Fragestellungen herangezogen werden.

8.3.5 Ablauf der Inhaltsanalyse

Das Vorgehen nach einem Ablaufmodell und festgelegten Regeln ist für die Inhaltsanalyse von zentraler Bedeutung. Im Gegensatz zu einer freizügigen Interpretation soll die Inhaltsanalyse sicherstellen, „dass jeder Analyseschritt, jede Entscheidung im Auswertungsprozess, auf eine begründete und getestete Regel zurückgeführt werden kann“.³⁹³

Die Ablaufschemata differieren in der Literatur ebenso beträchtlich wie die verwendeten Begriffe.³⁹⁴ Die gegenständliche Analyse baut auf dem Standardwerk von Früh auf, bedient sich jedoch auch anderer kompatibler Verfahrensweisen.³⁹⁵

³⁹¹ Vgl. Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 51.

³⁹² Vgl. Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 51 f.

³⁹³ Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 43.

³⁹⁴ Vgl. Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse. Konstanz, 2005, S. 39.

³⁹⁵ Vgl. Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O.

8.3.5.1 Bedingungen und Einschränkungen

Für die Untersuchung sind vorab einige Bedingungen und Einschränkungen festzulegen:

- *Codierer:*
Für den Codierer wird gute Allgemeinbildung und die Kenntnis aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen vorausgesetzt. Diese Bedingung stellt im Grunde eine Vereinfachung zum Erkennen von Themen mit gesellschaftlicher Aktualität dar, was ansonsten lediglich mittels einer den Rahmen dieser Arbeit sprengenden Vorgehensweise zu erzielen wäre.
- *Abgleich mit den Inhalten von Beiträgen:*
Es werden keine Kategorien aufgestellt, die einen Abgleich der Realität mit dem Inhalt von Texten notwendig machen. Es wird also nicht nach Beweisen für den Wahrheitsgehalt eines Beitrags gesucht. Ein solcher Abgleich würde einen Analysekontext erfordern, der über den Rahmen dieser Arbeit hinausgeht.
- *Fragen der ästhetischen Qualität,* also solche nach Schönheit oder Geschmack, werden explizit nicht behandelt. Bilder werden nicht in ihrer Eigenschaft als Kunstwerk bewertet, sondern finden nur dann Berücksichtigung, wenn sie für die Ermittlung des Gesamteindrucks von einem Beitrag von Bedeutung sind.

8.3.5.2 Definition der Auswahleinheit

Die *Auswahleinheit*, englisch als *sampling unit* bezeichnet, ist die Gesamtmenge des zu untersuchenden Medienmaterials, oder, statistisch ausgedrückt, die gezogene Stichprobe aus der Grundgesamtheit der Medienberichterstattung.³⁹⁶

Zentraler Gegenstand dieser Untersuchung ist das Nachrichtenmagazin „Profil“. Da auf einen Vergleich mit anderen Medien bewusst verzichtet wird, ist klar,

³⁹⁶ Vgl. Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 39.

dass lediglich Exemplare dieses Magazins zur Inhaltsanalyse herangezogen werden.

Um mittels einer Längsschnittanalyse die historische Entwicklung des „Profil“ seit dem Relaunch nach der Übernahme der Position des Herausgebers durch Rainer nachzuzeichnen, werden Exemplare aus den seither abgelaufenen vollen Kalenderjahren, also aus 1999 bis 2008 untersucht. Im Zuge der Auswahl der Nummern aus den einzelnen Jahren gilt es, mehrere Umstände zu berücksichtigen:

- Die Auswahl soll eine größere Zeitstrecke innerhalb eines Jahres erfassen, um eventuellen aktuell bedingten Themenschwerpunkten, die mehrere Ausgaben hintereinander inhaltlich stark beeinflussen, nicht übermäßiges Gewicht zukommen zu lassen.
- Dennoch soll die Auswahl nicht über ein ganzes Kalenderjahr reichen, damit Unterschiede zwischen aufeinander folgenden Jahren deutlicher hervortreten.
- Die Anzahl der zu untersuchenden Magazine muss, da die Codierung vom Verfasser selbst durchgeführt wird, den zeitlichen Möglichkeiten angepasst werden.

Diesen Voraussetzungen folgend, wird hinsichtlich der untersuchten Ausgaben eine Art *cluster sample* vorgenommen. Beim *cluster sample*, auch *Klumpenauswahl* genannt, wird eine begrenzte Anzahl zusammenhängender Teile der Grundgesamtheit ausgewählt.³⁹⁷ Die clusters werden in diesem Fall bewusst so gestaltet, dass sie eine innere Unterbrechung aufweisen, indem nur jedes fünfte Exemplar Eingang in die Inhaltsanalyse findet.

Konkret werden drei Exemplare pro Jahr im Abstand von fünf Nummern, beginnend mit Nummer fünf eines jeden Jahres, herangezogen, also

- die Nummern 5, 10, und 15
- aus den Kalenderjahren 1999 bis 2008,

³⁹⁷ Vgl. Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 106.

- was insgesamt 30 Exemplaren entspricht.

Werbebeilagen, aber auch verlagseigene, vom regelmäßigen Hauptheft abweichende Hefte, die als Sonderausgabe oder Beilage des Haupthefts erscheinen, bleiben unberücksichtigt.

Die Auswahl verspricht, wie von Rössler gefordert, ein „verkleinertes, strukturgleiches Abbild“³⁹⁸ der Grundgesamtheit. Sie ist insofern *systematisch*, als die Intervalle zwischen den analysierten Ausgaben innerhalb eines Jahres konstant sind und für jedes Jahr mit derselben Heftnummer begonnen wird.

Für die Beurteilung der *aktuellen* Verfassung des „Profil“ findet eine intensive Analyse der Ausgaben des Jahres 2008 statt. In Weiterführung des oben gewählten Intervalls von fünf Wochen werden aus dem Jahr 2008

- zusätzlich die Exemplare 25, 30, 35, 40, 45 und 50

ausgewählt.

Zusammenfassend ergeben sich folgende Auswahlinheiten

		Ausgabe Nummer										Anzahl Ausgaben
Jahr	1999	5	10	15								3
	2000	5	10	15								3
	2001	5	10	15								3
	2002	5	10	15								3
	2003	5	10	15								3
	2004	5	10	15								3
	2005	5	10	15								3
	2006	5	10	15								3
	2007	5	10	15								3
	2008	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	10
	Total											37

Abb. 17: Untersuchte Ausgaben des „Profil“ in der vorliegenden Untersuchung

³⁹⁸ Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 56.

8.3.5.3 Analyseeinheit

Unter Analyseeinheit oder *recording unit* versteht man „jene Elemente aus dem Untersuchungsmaterial, für die im Rahmen der Codierung jeweils eine Klassifizierung vorgenommen wird“.³⁹⁹

Unter Berücksichtigung eines für das Ziel der Untersuchung angemessenen Auflösungsgrades wird als Analyseeinheit der einzelne *Artikel*⁴⁰⁰ herangezogen, der in dieser Arbeit in weiterer Folge als *Beitrag* bezeichnet werden soll.

Beitrag versteht sich im Sinne einer physikalischen Definition als Gesamtheit eines zusammenhängenden Textes, gekennzeichnet durch eine eigene Überschrift, oder durch optische Separierung von benachbarten Texten.

Bei der Auswahl einer geeigneten Stichprobe gilt es, einigen Umständen Rechnung zu tragen.

- Der Aufwand für eine *Vollerhebung* innerhalb einer untersuchten Ausgabe („alle Beiträge“) übersteigt die zur Verfügung stehenden Ressourcen. Es ist daher – wie schon bei der Auswahl der Ausgaben – eine *repräsentative Stichprobe* zu ziehen.
- Eine Auswahl jedes fünften Beitrags würde, wie ein Pre-Test ergibt, in etwa zehn Beiträge pro Heft umfassen, was zeitlich vertretbar ist.
- Da die Beiträge je nach Ressort unterschiedliche Ausprägungen hinsichtlich journalistischer Qualität zeigen können, wird in den untersuchten Ausgaben jeweils abwechselnd mit dem ersten, zweiten, dritten, vierten und fünften Beitrag begonnen. Ansonsten hätten Beiträge des ersten Ressorts eine größere Chance, in die Stichprobe zu gelangen, als alle anderen.

³⁹⁹ Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 40.

⁴⁰⁰ Vgl. Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 40. Rössler verwendet ausdrücklich den Begriff *Artikel*.

Die Stichprobe liefert auf diese Weise ein repräsentatives Gesamtbild jeder Ausgabe, auch um den Preis einer schwankenden Anzahl an untersuchten Beiträgen zwischen den einzelnen Heften.

Um einer ausreichenden Relevanz weiterhin Rechnung zu tragen, werden verschiedene Gruppen und Arten von Beiträgen ausdrücklich von der Analyse ausgeschlossen und bei der Zählung ohne weitere Konsequenz übergangen:

- das Inhaltsverzeichnis,
- einleitende Worte an die Leser wie die Rubrik „Intern“,⁴⁰¹
- Service-Angebote an Leser ohne Bezug zu weiteren Beiträgen wie etwa „Fax auf Abruf“,⁴⁰²
- Leserbriefe und Zitate aus Leserbriefen,
- das Impressum,
- sämtliche Beiträge im Ausmaß von weniger als einer halben Seite,
- Zitate prominenter Persönlichkeiten wie zum Beispiel „Grosse Worte“,⁴⁰³
- wörtlich abgedruckte Texte, die von prominenten Persönlichkeiten – ausgenommen Journalisten – stammen und deren Meinung im Rahmen von ausdrücklich meinungsbetonten Darstellungsformen geäußert wird (oft unter der Überschrift „Meinung“),⁴⁰⁴
- Cartoons,
- die sich lediglich an bestimmte Teile des Publikums wendenden, unter dem Titel „Profil Extra“ zusammengefassten und jeweils einem Fachthema gewidmeten Sonderteile;⁴⁰⁵
- Satellitenbeiträge, die ausschließlich statistische Daten, Aufzählungen oder aufzählende Kurzerklärungen beinhalten.

Weiters werden nicht analysiert:

- Satiren und satirisch-literarische Kolumnen, sowie

⁴⁰¹ Vgl. als Beispiel Profil 5/1999, S. 5.

⁴⁰² Vgl. als Beispiel Profil 5/1999, S. 6.

⁴⁰³ Vgl. als Beispiel Profil 5/1999, S. 12.

⁴⁰⁴ Vgl. als Beispiel den Gastkommentar von Vizekanzler Schüssel „Mut zum Kind“ in Profil 5/1999, S. 25.

⁴⁰⁵ Vgl. als Beispiel die unter „Profil Extra“ zusammengefassten Beiträge zum Thema „e-business“ in Profil 10/2002, S. 66 ff.

- Kolumnen von Autoren, die über längere Zeit an ähnlicher Stelle veröffentlicht werden. (zum Beispiel „Lingens“). Diese Kolumnen werden als eigenständige Körper innerhalb des Beitragskanons aufgefasst.

Falls die Stichprobenauswahl auf Beiträge einer der beiden letzten Gruppen trifft, wird einfach der darauffolgende Beitrag analysiert. Das ursprüngliche Fünfer-Raster wird jedoch durch diesen ‚Ausreißer‘ nicht verändert.

8.3.5.4 Codiereinheit

Die *Codiereinheit/content unit* stellt jenes Merkmal dar, das innerhalb einer Analyseeinheit den interessierenden Aspekt bildet; jenen Aspekt, der der Beantwortung der Forschungsfrage(n) dient.⁴⁰⁶

Zu unterscheiden sind:

- *formale Codiereinheiten*:
Physikalisch eindeutige Sachverhalte, wie Umfang, Erscheinungsdatum, Platzierung;
- *inhaltliche Codiereinheiten*:
vom Erkenntnisinteresse abhängige Bedeutungsdimensionen, die auf Schlussfolgerungen beruhen und deshalb besonders gut definiert sein müssen.⁴⁰⁷

Die inhaltlichen Codiereinheiten in dieser Arbeit sind aufgrund der mehrdimensionalen Anlage dieser Untersuchung vielfältig:

- *syntaktische Codiereinheiten*:
Begriffe, Satzbau;
- *semantische Codiereinheiten*:
Bedeutung von wertenden Elementen und Sinnzusammenhängen;

⁴⁰⁶ Vgl. Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 41.

⁴⁰⁷ Vgl. ebd.

- *pragmatische Codiereinheiten*:
Handlungsleitende Elemente eines Textes, Wirkungsabsichten.

8.3.5.5 Kategorienbildung und weitere Vorgangsweise

Zunächst folgen aus den Hypothesen die interessierenden Bedeutungselemente der Texte. Diese werden als *Dimensionen* bezeichnet und sind mittels eines Kategoriensystems messbar zu machen.⁴⁰⁸ In dieser Arbeit müssen die Dimensionen so festgelegt werden, dass sie sich mit operationalisierbaren Parametern für die Bemessung journalistischer Qualität belegen lassen.

Danach wird jede Dimension mit einer Hauptkategorie („K“) gleichgesetzt. Für die Bildung von Kategorien gilt: Sie müssen

- in ihrer Gesamtheit erschöpfend sein,
- Trennschärfe aufweisen sowie
- der Messung ausschließlich relevanter Sachverhalte dienen.⁴⁰⁹

Im nächsten Schritt werden die für die Auswertung notwendigen *formalen Kategorien* festgelegt. Danach erfolgt die Ausdifferenzierung der bereits gebildeten *inhaltsbezogenen Kategorien* wie folgt:

- Jede *Hauptkategorie* („K“) wird über mehrere zu begründende und definierende *Unterkategorien* („UK“) messbar gemacht.
- Innerhalb jeder Unterkategorie wird *harte Codierung* vorgeschrieben.⁴¹⁰
Dabei ist folgender Gedanke des Verfassers maßgebend: Wenn man, wie in dieser Arbeit, eine Entscheidungsfrage im Sinne von ‚Ist Produkt X von guter Qualität?‘ stellt, so muss es zumindest an einer Stelle der Untersuchung möglich sein, festgelegte Parameter für Qualität in

⁴⁰⁸ Vgl. Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 153 f.

⁴⁰⁹ Vgl. Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 92 f.

⁴¹⁰ Eine *harte Codierung* liegt dann vor, „wenn die Codieranweisung ausdrücklich vorsieht, dass nur eindeutige Fälle einer bestimmten Vorgabe zuzuordnen sind“. Mit dieser Vorgangsweise sollen möglichst unzweifelhafte Aussagen herausgefiltert werden, insbesondere, wenn weitreichende Schlüsse gezogen werden sollen.

eindeutiger Weise zu verifizieren bzw. zu falsifizieren. Dies bedeutet jedoch ausdrücklich keinen Ausschluss hermeneutischer Elemente als Teil einzelner Codiervorschriften.

- Für die Summe der Kategorien einer Dimension wird mittels einer *Codierregel* die Operationalisierung der Ergebnisse der Unterkategorien festgelegt.
- Schließlich folgt die Erstellung eines Hilfsmittels für die Aufzeichnung der Codierung. Hierfür wird jedoch nicht, wie üblich, ein Codebogen erstellt, sondern die Ergebnisse werden vom Codierer am Computer in eine mittels Microsoft Excel erstellte Tabelle eingetragen, die danach für die Auswertung verwendet werden kann.

8.3.5.6 Auswahl der formalen Kategorien

Jahr/Ausgabe

Da sich die Beweisführung von Hypothesen zum Teil entlang der Zeitachse erstreckt und Aussagen aufgrund der Zusammenfassung bestimmter Ausgaben getroffen werden sollen, ist die Codierung der Nummer der Ausgabe als Differenzierungskriterium selbstverständlich. Die Daten werden in zwei dafür vorgesehene Spalten in der Microsoft Excel-Tabelle eingetragen

Jahr/Ausgabe – Codiervorschrift
--

JJJJ;AA (zum Beispiel „2004;10“ für die Nummer 10/2004)

Weitere formale Kategorien

Folgende weitere formale Kategorien, die aus Gründen der Übersichtlichkeit und für weiterführende Analysen nützlich sein können, werden mitcodiert:

Zitiert aus Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 149, bzw. vgl. Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 149 f.

- die Ordnungsnummer des Beitrags innerhalb eines Heftes, bezogen auf die Reihenfolge all jener, die definitionsgemäß für die Stichprobe in Frage kommen,
- das Ressort, dem der Beitrag zuzurechnen ist,
- der Titel des Beitrags,
- die Seitenzahl, auf der ein Beitrag beginnt.

Ordnungsnummer – Codiervorschrift

Eintragen der Zahl (zum Beispiel „17“ für den nach den Regeln von Kapitel 8.3.5.3 bestimmten 17. Beitrag innerhalb eines Heftes)

Ressort – Codiervorschrift

Eintragen einer Codeziffer nach folgender Verschlüsselungsliste:

- 1 = Leitartikel
- 2 = Österreich
- 3 = Wirtschaft
- 4 = Ausland
- 5 = Gesellschaft
- 6 = Wissenschaft
- 7 = Kultur

Titel – Codiervorschrift

Eintragen des kompletten Titels, jedoch ohne Untertitel (zum Beispiel „Verhaidert Ungarn?“).

Seitenzahl – Codiervorschrift

Eintragen der Zahl (zum Beispiel „49“, wenn der Beitrag auf S. 49 beginnt).

8.3.5.7 Inhaltliche Kategorien

Die Erstellung der inhaltlichen Kategorien und deren Unterkategorien ist ein zentraler Bestandteil dieser Arbeit und wird daher im nachfolgenden Kapitel separat behandelt.

9 Kategorienbildung und Detailergebnisse

Die *Kategorienbildung* samt darauf aufbauender *Analyse* und *kritischer Reflexion* stellt den Kern der vorliegenden Arbeit dar. Hier werden nicht nur die Hypothesen überprüft, sondern es sollen Grundprobleme einer auf der Methode der Inhaltsanalyse aufbauenden empirischen Qualitätsstudie aufgezeigt werden.

Die Grundstruktur für die Kategorienbildung ergibt sich aus der Formulierung der Hypothesen. Nun gilt es, für jede Kategorie jene Parameter zu ermitteln, die für die Operationalisierung in Frage kommen.

Die nachfolgende Darstellung der einzelnen Kategorien und Unterkategorien wird nach einheitlichem Muster erfolgen:

- einleitende Definition der *Kategorie*
 - Definition der dazugehörigen *Unterkategorien* und Codiervorschriften;
 - Ergebnisse aus der Inhaltsanalyse für die jeweilige Unterkategorie;
 - Darstellung von Details, Erfahrungen und Problemen in Zusammenhang mit der Codierung der jeweiligen Unterkategorie;
 - Reflexion bzw. Methodenkritik betreffend die Unterkategorie;
- weiterführende Definition der *Kategorie* und Codiervorschrift;
- Ergebnisse aus der Inhaltsanalyse für die Kategorie;
- gegebenenfalls weitere Details in Zusammenhang mit der Kategorie;
- Reflexion bzw. Methodenkritik betreffend die Kategorie.

9.1 Erste Kategorie (K 1): Sprachqualität

Die *Sprachqualität* stellt einen zentralen Punkt in Definitionen journalistischer Qualität dar. Zunächst aus Sicht der Journalisten selbst, wie diesbezügliche Feststellungen in manchen Qualitätskatalogen beweisen.⁴¹¹

Die Debatte um die Frage, was denn *gute Sprache* im Journalismus überhaupt sei und bedeute, wird unterschiedlich gesehen. Vertreter eines *traditionalistischen* Ansatzes vertreten ein formaleres Bild, das auf Werten wie *Ästhetik* und *Individualität* beruht, während *funktionale* Ansätze vom Schreiber verlangen, dass er sich im entsprechenden gesellschaftlichen Bereich *angemessen* und *zielgruppenorientiert* auszudrücken vermag.⁴¹²

Sprache ist jedenfalls, wie Arnold ausführt, von immanenter Bedeutung für das System Journalismus, ihr Einsatz hat den Zielen *Verständlichkeit*, *Übersichtlichkeit* und *Anschaulichkeit* zu gehorchen.⁴¹³ Verständlichkeit hinsichtlich der Sprache fordert auch Ruß-Mohl in seinem magischen Vieleck.⁴¹⁴

Ein Problem der Beurteilung journalistischer Qualität anhand der Sprache liegt allerdings darin, dass man nicht nur den Grundsatz der optimalen Verständlichkeit, sondern auch jenen der Verwendung einer korrekt eingesetzten deutschen Sprache („*Gutes Deutsch*“) als Messlatte der Qualität heranziehen könnte. Beide Kategorien weisen jedoch, wie nachfolgende Tabelle zeigt, in einigen Punkten gegensätzliche Qualitätsmerkmale auf. Renger folgert daraus, dass die Wortwahl bzw. Sprachverwendung vor allem von der Mitteilungsabsicht bzw. der Darstellungsform abhängt.⁴¹⁵

⁴¹¹ Zum Beispiel „Kriterienkatalog des Frankfurter Journalistenclubs“.

Vgl. Erhart, Verena: Qualitätsjournalismus ... a. a. O., S. 12 f.

⁴¹² Vgl. Ahlke, Karola/Hinkel, Jutta: Sprache und Stil. Ein Handbuch für Journalisten. Konstanz, 2000, S. 11 ff.

⁴¹³ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 495.

⁴¹⁴ Vgl. Ruß-Mohl, Stephan: Der I-Faktor ... a. a. O., S. 96.

⁴¹⁵ Vgl. Renger, Rudi: Populärer Journalismus ... a. a. O., S. 131 ff.

Renger beruft sich dabei auf Schneider, Wolf: Deutsch für Profis. Wege zu gutem Stil. München, 1992, S. 128.

Optimale Verständlichkeit	Gutes Deutsch
Geläufige Wörter	Unverbrauchte Wörter
Kleiner Wortschatz, wenige verschiedene Wörter	Großer Wortschatz, verschiedene Wörter
Gängige Redensarten	Keine Redensarten
Nie Ironie	Ironie am rechten Platz
Vertraute Bilder (Metaphern)	Neue Bilder

Abb. 18: Optimale Verständlichkeit vs. ‚Gutes Deutsch‘

„Eine Nachricht, die metaphorisch überfrachtet ist, ist sicherlich genauso verfehlt, wie eine Glosse, die trockene Fakten einfallslos wiedergibt und auch beim besten Willen keine Ironie erkennen lässt“.⁴¹⁶ Renger fordert eine engagierte Sprachverwendung, die vermischte Stilformen zulässt und sich an der Mitteilungsabsicht orientiert.⁴¹⁷

Leichter, als Parameter für eine Qualitätssprache aufzustellen, fällt die Realisierung eines diametralen Ansatzes: für das, was *schlechte journalistische Sprache* ausmacht, gibt es anerkannte Merkmale. Damit zeigen sich aber bereits an dieser Stelle Probleme, das Vorhandensein guter Qualität nachweisbar zu machen. Denn: *Etwas, das ‚nicht schlecht‘ ist, ist aus diesem Grunde noch lange nicht ‚gut‘.*

9.1.1 Erste Unterkategorie (UK 1.1): Sprachfehler

Die Frage, wann ein Journalist *Sprachfehler* begeht, lässt sich aus typologischen Beschreibungen in Journalismus-Lehrbüchern ableiten. Eine weitreichende Darstellung stammt von Schneider, der journalistische Sprachfehler für die Ebene der verwendeten Wörter definiert:

⁴¹⁶ Renger, Rudi: Populärer Journalismus ... a. a. O, S. 140.

⁴¹⁷ Vgl. Renger, Rudi: Populärer Journalismus ... a. a. O, S. 141.

- die unnötige Benutzung *vielsilbiger Wörter* – zum Beispiel *Witterungserscheinungen* statt Wetter;
- die Verwendung *kaum verständlicher Wörter* unter Berücksichtigung des Leserkreises, wenn etwa Journalisten in einer Publikumszeitschrift von *kommunikativen Kompetenzen* schreiben;
- der Gebrauch *vieldeutiger Wörter* wie des Wortes *langfristig*, welches den Beginn eines in der Zukunft liegenden Zeitraumes im Unklaren lässt und daher oft nicht aussagekräftig genug ist.⁴¹⁸

Auch der *Einsatz von Modewörtern* ist Bestandteil der Definition Schneiders. Ein solches Kriterium wird jedoch für die Operationalisierung von Sprachfehlern außer Acht gelassen, da über den Einsatz von Modewörtern als Stilmittel – konkret im Hinblick auf die Sprache des „Spiegel“ – seit langem kontroversielle Ansichten vertreten werden.⁴¹⁹

Im Hinblick auf den *Satzbau* stellt Schneider die *Drei-Sekunden-Regel* auf. Diese besagt, dass drei Sekunden jene Zeitspanne darstellt, die ein Leser in der Lage ist, als Einheit vollständig aufnehmen zu können. Drei Sekunden entsprechen im Durchschnitt sechs Wörtern oder zwölf Silben. Innerhalb dieser Spanne sind folgende relevante Zusammenhänge darzulegen:

- der zweite Teil eines zweiteiligen Verbuns. Negatives Beispiel: *Mir fällt nicht erst seit unserem letzten, bereits länger zurück liegenden Treffen auf...* (zehn Wörter zwischen den Teilen des Verbuns);
- Subjekt und Prädikat eines Satzes,
- Artikel und dazugehöriges Substantiv. Negatives Beispiel: *Die in der heutigen Zeit in vielen Fällen verbesserten Lebensbedingungen* (acht Wörter zwischen Artikel und Substantiv).

⁴¹⁸ Vgl. Schneider, Wolf: Sprache im Journalismus. In: Pürer, Heinz/Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (Hrsg.): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online. Inklusive CD-ROM mit journalistischen Beispielen. Konstanz, 2004. S. 127–137, hier S. 128 ff.

⁴¹⁹ Vgl. Sjurts, Insa: Strategien in der Medienbranche. Grundlagen und Fallbeispiele. Wiesbaden, 2005, S. 193.

Vgl. auch: Enzensberger, Hans Magnus: Die Sprache des Spiegel. In: Enzensberger, Hans Magnus (Hrsg.): Einzelheiten. 1. Bewusstseins-Industrie. Frankfurt am Main, 1973, S. 74–105, hier S. 82 ff.

Zitiert in: Sjurts, Insa: Strategien in der Medienbranche. Grundlagen und Fallbeispiele. Wiesbaden, 2005, S. 193.

- Auch Einschubsätze sind auf maximal sechs Wörter zu beschränken.⁴²⁰

Schneider behauptet, die Gültigkeit seiner Regel ließe sich an Autoren der Weltliteratur wie Heine oder Brecht erfolgreich überprüfen.⁴²¹

Sprachfehler – Codiervorschrift

C 1.1.1: Der Beitrag enthält deutlich wahrnehmbare Sprachfehler mindestens einer der folgenden Arten:

- regelmäßig auftauchende vielsilbige Wörter,
- für ein nicht fachspezifisch gebildetes Publikum unverständliche Fachtermini,
- vieldeutige Wörter, die die Aussagekraft abschwächen,
- verkrampfte Synonyme,
- Verstöße gegen die Drei-Sekunden Regel.

Vor Vergabe des Codes C 1.1.1 ist mittels einer hermeneutischen Beurteilung zu hinterfragen, ob das Vergabekriterium nicht lediglich auf einem wahrgenommen Einzelfall basiert, der in der Gesamtbeurteilung als inkonsistentes, unerhebliches Merkmal einzustufen ist. Ist letzteres der Fall, ist mit C 1.1.2 zu codieren.

C 1.1.2: Jeder Fall, der nicht mit C 1.1.1 zu codieren ist.

Ergebnisse aus der Unterkategorie *Sprachfehler*

Für die intensive Stichprobe aus dem Jahr 2008 können in keinem einzigen „Profil“-Beitrag Sprachfehler festgestellt werden, die es rechtfertigen würden, dementsprechend zu codieren.

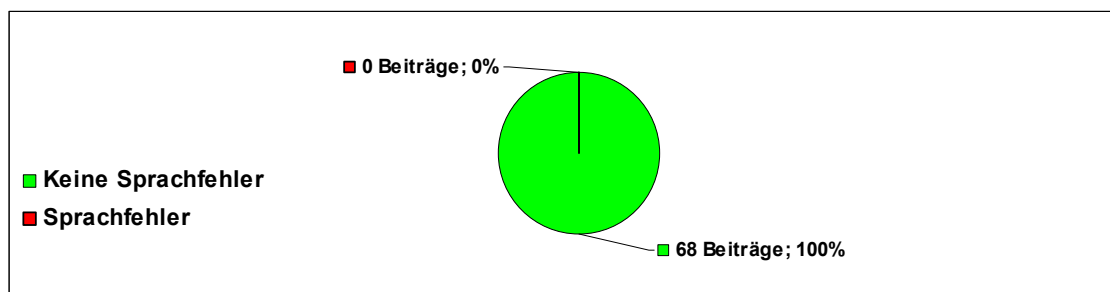


Abb. 19: Sprachfehler in „Profil“-Beiträgen aus der Stichprobe der Intensivstudie 2008

⁴²⁰ Vgl. Schneider, Wolf: Sprache im Journalismus ... a. a. O., S. 132 ff.

⁴²¹ Vgl. Schneider, Wolf: Sprache im Journalismus ... a. a. O., S. 134.

Im Zuge der Längsschnittanalyse der Jahre 1999 bis 2008 (246 untersuchte Beiträge) sind lediglich in einem einzigen Beitrag Sprachfehler festzustellen, die aufgrund der Codierregeln eine dementsprechende Codierung nach sich ziehen.

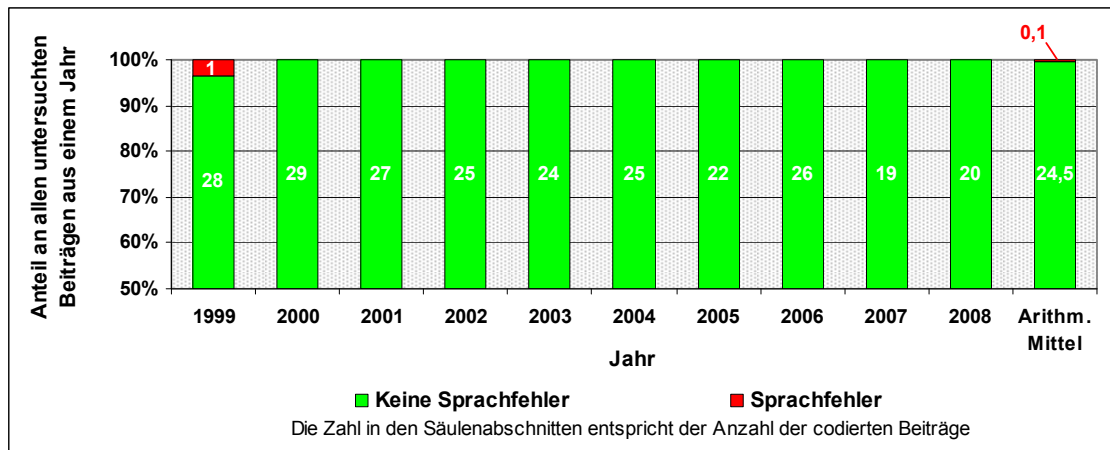


Abb. 20: Sprachfehler in „Profil“-Beiträgen aus der Stichprobe der Längsschnittuntersuchung 1999 bis 2008

Codierung *Sprachfehler* – Details, Erfahrungen, Probleme

In den 294 analysierten Beiträgen sind nur in einem einzigen Text (Titel: „Sophokles mit Handkamera“⁴²²) Sprachfehler wahrzunehmen, die zu einer in diese Richtung gehenden Beurteilung führen. Bei diesem Einzelfall handelt es sich um eine ganzseitige Filmkritik samt Beleuchtung des Filmgenres *Dogma*:

„Man muss nicht viel analytische Fantasie aufwenden, um in diesem Blitzlichtmanifest cineastischer Keuschheit erstens eine frontale Kriegserklärung an das gute alte Hollywood-Kino zu erkennen und zweitens einen äußerst gelungenen PR-Gimmick für den Neuen Dänischen (Europäischen?) Film. ... Tatsächlich ist das DOGMA, wenn nicht überhaupt ein leichtfüßiger Bubenstreich, nur ein hyperformalistischer Gebrauchscodex, den Vinterberg virtuos dazu nutzt, um seinem Publikum einen Film unterzujubeln, dessen emotionale Dichte dem Urvater der Tragödie, Sophokles, so wenig schuldig bleibt wie den großen nordischen Moralisten Strindberg, Ibsen und Bergmann. ... Thomas Vinterberg ist mit seinem zweiten Spielfilm ein fulminanter Wurf gelungen – nicht weil er desillusionierten Cineasten durch eine konsequent verwackelte Handkamera, rabiate Schnitte und schmerzhaftes Naturlicht-Kontraste den Glauben an das pure, ästhetisch unverfälschte Kino wiedergegeben hat, sondern weil er die fast prüde Kargheit seiner formalen Vorgaben konsequent in den Dienst eines der ältesten dramatischen Topoi stellt: der Wahrheit und wie man sie ans Licht zerrt – auch wenn alle noch so hartnäckig die Augen vor ihr verschließen. ... Die Treue zum Codex war für Vinterberg Ehrensache, schon deshalb vielleicht, weil er sich nicht vorhalten lassen wollte, im Grunde nicht mehr,

⁴²² Profil 5/1999, S. 116 f.

aber auch nicht weniger geschafft zu haben, als die ewigen Prinzipien der klassischen antiken Tragödie kongenial auf das zeitgenössische Kino zu übertragen: Einheit von Ort, Zeit und Handlung werden respektiert, und bei näherer Betrachtung kann man dem Film sogar eine fünfstufige Struktur bescheinigen.“⁴²³

Diese vier Sätze – insbesondere der dritte – sind in ihrer Gesamtheit zu lang und schwer rezipierbar. Auch die Häufigkeit der eingesetzten Fachtermini macht den Text in Summe (zu) behäbig, selbst wenn jeder einzelne Begriff von einem durchschnittlich gebildeten Publikum verstanden werden mag.

In anderen Beiträgen sind immer wieder einzelne Sätze zu lesen wie:

„Die steuerschonende Anlage des Privatvermögens in Stiftungen, das Bankgeheimnis, fehlende Vermögenssteuern, die jüngst erfolgte Aufhebung von Erbschafts- und Schenkungssteuer, veraltete Einheitswerte für Immobilien und die herrschende Mentalität, über Besitz und Einkünfte nicht zu sprechen, hüllen den Reichtum der Österreicher in ein geheimnisvolles Dunkel.“⁴²⁴

Auch hier wartet man viel zu lange auf das Prädikat. Doch ist in diesem Beispiel der Satz in einen überaus verständlichen und im Hinblick auf Sprachfehler sonst makellosen Text eingebettet, der bei hermeneutischer Ermittlung keinesfalls den Eindruck sprachlicher Mangelhaftigkeit hinterlässt.

Aus Sicht des Verfassers gilt hier tatsächlich jene sprichwörtliche, durch die Ausnahme bestätigte Regel: bei „Profil“ wird, wie es aussieht, sprachlich weitgehend fehlerlos gearbeitet.

Unterkategorie *Sprachfehler* – Methodenkritik

Das Ergebnis der Codierung macht skeptisch: Ist die Methode dem journalistischen Produkt gegenüber zu ‚nachsichtig‘? Sind die Ansprüche des Codierers in Bezug auf sprachliche Qualität zu gering? Oder handelt es sich bei dieser Hürde auf dem Parcours journalistischer Qualitätskriterien um ein Hindernis, das so gut wie von jedem Medium bewältigt würde?

⁴²³ Profil 5/1999, S. 116 f.

⁴²⁴ Profil 15/2008, S. 31.

Die sich in solchen Fragen äussernde Kritik erinnert an allgemeine Vorbehalte gegen vornehmlich qualitative Ansätze der Inhaltsanalyse. Wird dann mit der Zulassung hermeneutischer Beurteilungselemente noch eine vermeintliche ‚Hintertüre‘ geöffnet, erweitert dies die Angriffsfläche der Methode, die sich scheinbar vom manifesten Inhalt völlig abwendet und damit so vorgeht, wie es Vertreter quantitativer Ansätze ablehnen.⁴²⁵

Doch eine sinnvolle Beurteilung journalistischer Sprachqualität wird ohne Zusammenfassung von Textindrücken kaum erfolgreich sein. Einem journalistischen Beitrag Qualität abzusprechen, bedarf der Wahrung der Verhältnismäßigkeit. Ein hervorragender mehrseitiger Text muss auch dann als hervorragend beurteilt werden können, wenn er einen etwas zu lang geratenen Satz enthält. Dies wird jedoch immer nur aufgrund eines Eindrucks der Gesamtheit eines Textes zu rechtfertigen sein.

9.1.2 Zweite Unterkategorie (UK 1.2): Populärstil

Die Basis für die Bildung dieser Kategorie speist sich aus den Erkenntnissen über den Sprachstil im Boulevard-, Populär- oder Sensationsjournalismus. Entnommen werden jene Merkmale, die inhaltsanalytisch operationalisierbar sind. Um Ausprägungen dieser Art in ihrer Gesamtheit benennen zu können, wird für die betreffenden Stilformen an dieser Stelle der Begriff *Populärstil* eingeführt.

Die Literatur führt zunächst folgende Kriterien für Populärstil an:

- einen *hohen Emotionsgehalt* in der Wortwahl⁴²⁶,
- einen an der *gesprochenen Sprache* orientierten sprachlichen Code⁴²⁷, was auch als *lockerer Sprachstil* bezeichnet wird.⁴²⁸

⁴²⁵ Vgl. Friedrichs, Jürgen: Methoden ... a. a. O., S. 318 f.

⁴²⁶ Vgl. Dulinski, Ute: Sensationsjournalismus ... a. a. O., S. 240 ff.

⁴²⁷ Vgl. ebd.

⁴²⁸ Vgl. Donsbach, Wolfgang/ Büttner, Karin: Boulevardisierungstrend ... a. a. O., S. 24.

Vor allem eine betont *emotionalisierende Wortwahl*, so Früh, führt dazu, dass sich „der Bedeutungsgehalt einer Aussage (...) entschlicht, indem der emotionalisierende Ausdruck entweder eine affektive Kommentierung der sonst sachlichen Aussage darstellt oder bereits vorhandene Bewertungstendenzen verstärkt.“⁴²⁹

Früh bietet konkrete Kriterien an, die sich in Codieranweisungen umsetzen lassen:

- der Gebrauch von Worten mit *wertendem Assoziationsumfeld*. Beispiel: *Krawallmacher* für Demonstrant;
- *Euphemismen*: Sachverhalte mit nach allgemeinem Verständnis negativer Wertigkeit werden mittels beschönigter Worte bezeichnet. Beispiel: *Bagatelle* für Unfall.
- *Abwertende Suffix-Wortbildungen*: Gebrauch von Nachsilben, sofern sie abwertende Wortableitungen bestehender neutraler Ausdrücke darstellen. Beispiel: *Schreiberling* für Journalist.
- Partikel, Adverbien, Komparative oder Superlative, die der Bekräftigung einer bereits vorgegebenen Bewertungsrichtung dienen. Beispiel: „Es kam zu einem *unbedenklich* kleinen Störfall“.⁴³⁰

Als Merkmale für einen an der gesprochenen Sprache orientierten Code werden von Dulinski eine Reihe von syntaktischen Merkmalen genannt:

- extreme Kürze der Satzlänge/*Staccato-Stil*: Aussparung von Struktur- oder Funktionswörtern wie Artikeln, Präpositionen oder Verben mit dem Ziel einer Spannung erzeugenden Morsesyntax;
- *Modus = Indikativ*. Der Konjunktiv ist faktisch inexistent.
- *Verdichtungsinterpunktion*: Dynamisierung der Aussage durch Gedankenstriche, überraschend eingesetzte Doppelpunkte, emotionale Aktivierung durch die Verwendung von Auslassungspunkten.

⁴²⁹ Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 253.

⁴³⁰ Vgl. Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 253 f.

- *Umgangssprache*: Verwendung recht drastischer Ausdrücke wie *knutschen* oder *alle machen* unter Zuhilfenahme der Jugend-, Gauner-, Soldaten- und Sportsprache.⁴³¹

Zuletzt müssen häufig oder in auffälliger Form auftretende *rhetorische Figuren* wie Metapher oder Alliteration in die Beurteilung einbezogen werden.⁴³² Auch der Einsatz verkraampfter Synonyme ist als wesensverwandt zu bezeichnen.⁴³³

Populärstil – Codiervorschrift

C 1.2.1: Im Beitrag sind Kennzeichen von emotionalisierender Wortwahl nachzuweisen, der Beitrag ist in einem an der gesprochenen Sprache orientierten Stil verfasst oder enthält auffällige bzw. mehrmals eingesetzte rhetorische Figuren oder verkraampfte Synonyme. Für die Codierung zählt der hermeneutisch erworbene Eindruck.

C 1.2.2: Jeder davon abweichende Fall.

Ergebnisse aus der Unterkategorie *Populärstil*

In zwei der 68 untersuchten „Profil“-Beiträge des Jahres 2008 können populärstilistische Elemente nachgewiesen werden. Dies entspricht einem Anteil von 2,9 %.

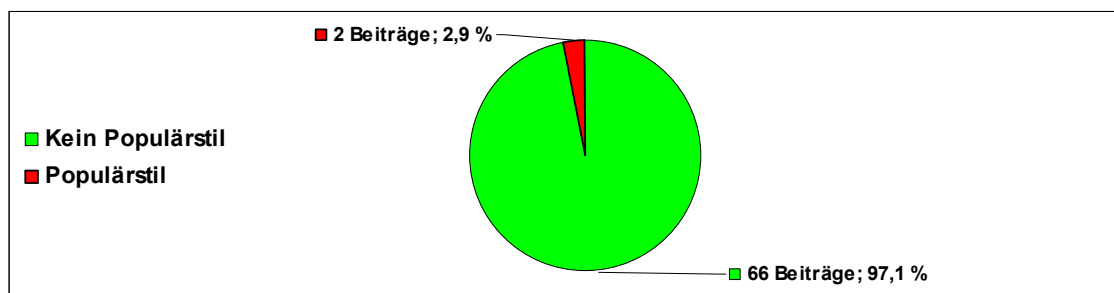


Abb. 21: Anzahl der (nicht) im Populärstil verfassten Beiträge in „Profil“ aus 2008

⁴³¹ Vgl. Dulinski, Ute: Sensationsjournalismus ... a. a. O., S. 245 ff.

⁴³² Vgl. Dulinski, Ute: Sensationsjournalismus ... a. a. O., S. 244 f.

⁴³³ Vgl. Schneider, Wolf: Sprache im Journalismus ... a. a. O., S. 128 ff.

Die Längsschnittanalyse für die Jahre 1999 bis 2008 führt in insgesamt fünf von 246 Beiträgen (etwa 2 %) zu einer Codierung als „Populärstil“. Der langjährige Durchschnitt weicht damit vom Ergebnis für das Jahr 2008 nur unwesentlich ab.

Zur Verteilung auf die einzelnen Jahre ist zu sagen, dass vier von fünf Fällen aus den ersten beiden Jahren des Beobachtungszeitraums stammen. Die geringe Anzahl an Beanstandungen insgesamt lässt kaum eine daraus sich ableitende Interpretation zu.

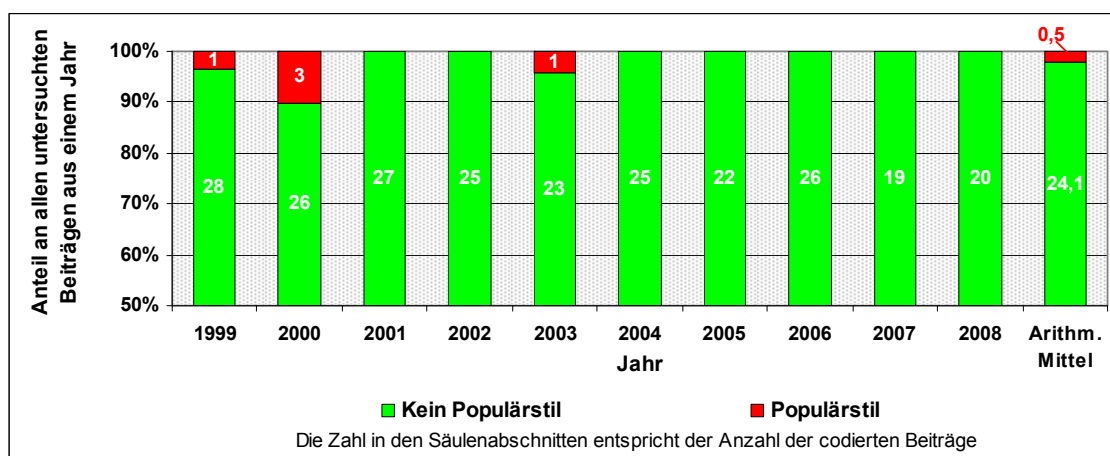


Abb. 22: Anzahl der (nicht) im Populärstil verfassten Beiträge in „Profil“ 1999 bis 2008

Codierung *Populärstil* – Details, Erfahrungen, Probleme

Die meisten der als populärstilistisch klassifizierten Beiträge zeichnen sich durch Passagen aus, die sich in unverhältnismäßiger Weise an einen an der *gesprochenen Sprache* orientierten Code anlehnen. In dem Beitrag „So richtig geil sein“,⁴³⁴ der sich Männermagazinen widmet, verspricht nicht nur der Titel dem „Profil“-Leser ungewohnte (Lese-)Erlebnisse. Im Text heißt es:

„Als Hugh Hefner 1953 den ‚Playboy‘ gründete, war die Antwort einfach: Männer. Richtige Männer. Männer, die endlich mal richtig Titten sehen wollten und nackte Frauenkörper, Männer, die endlich auch mal richtig geil sein dürfen wollten, die Lust hatten, Sex zu sehen und über Sex zu reden. ... Was sich ändert, sind die Gesichter: Nach den immerfeuchten Fick-mich-Gesichtern der Siebziger kamen die arroganten Versuch-doch-mal-mich-zu-ficken-Mienen der Achtziger, nun haben wir die stolzen Ich-weiß-was-ich-will-aber-fick-mich-trotzdem-Fratzen der Neunziger.“⁴³⁵

⁴³⁴ Profil 05/2000, S. 106.

Hier ist im Streben nach einer farbigen Ausdrucksweise allzu viel ‚gesprochene Sprache‘ in den Text eingeflossen. Berichtenswert ist aber auch die überaus persönliche Ansprache des Lesers in einem Beitrag über die Spielkonsole „Sony Playstation 2“.⁴³⁶

„Wie wird man in Japan Medienstar? Auf die Schnelle gibt es dafür drei Möglichkeiten: Du hungerst knappe 50 Kilo Lebendgewicht ab, ziehst einen luftabweisenden Faseroverall an, schnallst 2,50 Meter lange Ski unter deine Füße und wirst Skispringer. Für Leute jenseits der zwanzig könnte es dafür freilich schon etwas spät sein.

Möglichkeit zwei: Du futterst dich auf über 200 kg Lebendgewicht hoch, wickelst ein Leintuch kunstvoll um die Lenden und wirst Sumo-Ringer. Ein Popularitätsschub ist genauso programmiert wie gröbere Beziehungsprobleme.

Dritte Variante: Du meldest dich bei ‚Takeshi’s Castle‘ – jener Fernsehshow, in der Tag für Tag 80 Bewerber in diversen Kampfspielen versuchen, eine Burg zu erobern.“⁴³⁷

Entscheidend bei der Codierung ist letztendlich immer ein *hermeneutisch* erworbener Eindruck. Der Codierer nimmt beim Lesen einen oder mehrere populärsprachliche Elemente wahr und stellt sich danach die Frage, ob diese tatsächlich den Gesamteindruck beeinflussen. In der Geschichte mit dem Titel „Auf Widerstand!“⁴³⁸ heißt es über zwei österreichische Kabarettisten:

„Grissemann und Stermann sind partout nicht zu erreichen. Man kann ihnen alle Mailboxen voll singen, die rufen nicht zurück.“⁴³⁹

Die Passage wird zwar vom Codierer sofort registriert, jedoch in hermeneutischer Abwägung nach Ende des Beitrags als bei weitem nicht ausreichend für die Begründung einer ‚schlechten‘ Codierung gewertet.

Missglückte Synonyme und *Metaphern* kennzeichnen eine zweite Gruppe an Beiträgen mit der Diagnose *Populärstil*. In einem Porträt der FPÖ-Politikerin Barbara Rosenkranz findet die Tatsache, dass Rosenkranz Mutter von zehn Kindern ist, in metaphorischer Form mehrfach ihren Niederschlag – beginnend beim Titel („Die Mama aller Schlachten“⁴⁴⁰), endend mit dem Satzsatz:

„Eine Mutter muss eben für vieles Verständnis haben.“⁴⁴¹

⁴³⁵ Profil 05/2000, S. 106 f.

⁴³⁶ Vgl. Profil 15/2000, S. 126 ff.

⁴³⁷ Profil 15/2000, S. 126.

⁴³⁸ Profil 15/2000, S. 158.

⁴³⁹ Profil 15/2000, S. 158.

⁴⁴⁰ Profil 15/2003, S. 38 f.

Dieser Satz bezieht sich jedoch nicht auf das Verhalten von Rosenkranz' Kindern, sondern soll ihr Verständnis für extreme politische Ansichten von Personen des eigenen politischen Lagers begründen. Zwischendurch hält die Metapher gar für die Beschreibung von Parteikollegen der Politikerin nach einer Wahlschlappe her:

„Dass ausgewachsene Politiker nach der Mama greinen wie kleine Buben, die gerade vom Raufen heimkommen, hat einen gewissen Seltenheitswert. Erklärbar ist der Wunsch nach einer liebevollen Hand zum Tränen- und Rotz-Abwischen allenfalls mit der Schwere der Katastrophe, die über die Betroffenen hereingebrochen ist.“⁴⁴²

Vielfach finden sich in den Beiträgen auch Elemente der Militärsprache oder Anleihen aus der Wortwelt des Sports. Selten reichen diese jedoch aus, um eine explizite Relation zu wahrnehmbarem Populärstil festzustellen:

„Angriff auf den siebten Zwerg ... Die Brüsseler Wettbewerbshüter haben sich nach monatelangen Untersuchungen auf die Haftungen von Gemeinden und Bundesländern für die Landes-Hypothekenbanken und Teile des Sparkassensektors eingeschossen.“⁴⁴³

„Während der SPÖ-Chef die Osterwoche urlaubend im spanischen Andalusien verbrachte, übernahmen die in Wien verbliebenen FPÖ-Politiker seinen Vorschlag volley“⁴⁴⁴

Beide Fälle werden nicht als hinreichende Belege für das Merkmal „Populärstil“ gewertet.

In Gesamtbetrachtung der Ergebnisse dieser Unterkategorie kann gesagt werden, dass die Tendenz der „Profil“-Autoren, populärstilistische Elemente einzusetzen, äußerst gering ist. Aufgrund der niedrigen Anzahl an beanstandeten Fällen kann dies auch für den gesamten Zeitraum der Längsschnittanalyse behauptet werden.

Einzelne immer wieder festzustellende populärstilistische Passagen erweisen sich im Verhältnis zum Eindruck der gesamten Texte nahezu durchgängig als nicht charakteristisch. Wenn sie doch auffallen, wirken sie fast immer pointiert und unverkrampft.

⁴⁴¹ Profil 15/2003, S. 39.

⁴⁴² Profil 15/2003, S. 38.

⁴⁴³ Profil 15/2002, S. 60.

⁴⁴⁴ Profil 15/2002, S. 22.

Unterkategorie *Populärstil* – Methodenkritik

Auch in dieser Unterkategorie kann der eindeutig hermeneutische Zugang Kritik an der mangelnden Verbindlichkeit der Methode auslösen. Überdies, könnte man einwenden, sei die Festlegung der Grenzen zwischen Schriftsprache und gesprochener Sprache noch viel mehr von der Person des Codierers abhängig als die Diagnose von Sprachfehlern.

Die Praxis zeigt jedoch, dass es während der Codiervorgänge hinsichtlich dieser Kategorie so gut wie keiner längeren Überlegungen bedarf. Dies ist immerhin als Indiz für die Verlässlichkeit der Methode innerhalb dieser Studie zu werten.

Ob ausreichende Reliabilität gegeben ist, kann in größerem Rahmen freilich nur durch Vergleich von Ergebnissen mehrerer Codierer nachgewiesen werden. Deren Auswahl besitzt höchsten Einfluss auf das Erzielen verlässlicher Resultate.

9.1.3 Codierregel für die Kategorie Sprachqualität

Da die Operationalisierung von *Sprachqualität* – der Logik aus der Einleitung zu Kapitel 9.1 folgend – lediglich eine Falsifizierung *schlechter* Sprachqualität hinreichend zulässt, werden die einander ergänzenden Unterkategorien Sprachfehler und Populärstil zu folgender Aussage verdichtet:

In einem Beitrag kann keine mindere Sprachqualität festgestellt werden, wenn in diesem keine Sprachfehler festzustellen sind und er nicht im Populärstil verfasst ist.

Sprachqualität – Codiervorschrift:

C 1.1: Keine Sprachfehler festgestellt (Codierung C 1.1.2) und gleichzeitig kein Populärstil festgestellt (Codierung C 1.2.2).

C 1.2: Jeder davon abweichende Fall.

Ergebnisse aus der Kategorie *Sprachqualität*

In keinem einzigen Beitrag sind *gleichzeitig* Sprachfehler und populärstilistische Elemente für eine ‚negative‘ Codierung feststellbar. Somit entspricht das Ergebnis an Beanstandungen in der Kategorie Sprachqualität den addierten Summen der Beanstandungen aus den beiden Unterkategorien.

Im Jahr 2008 weisen demnach zwei von 68 untersuchten Beiträgen mangelnde Sprachqualität auf (2,9 %).

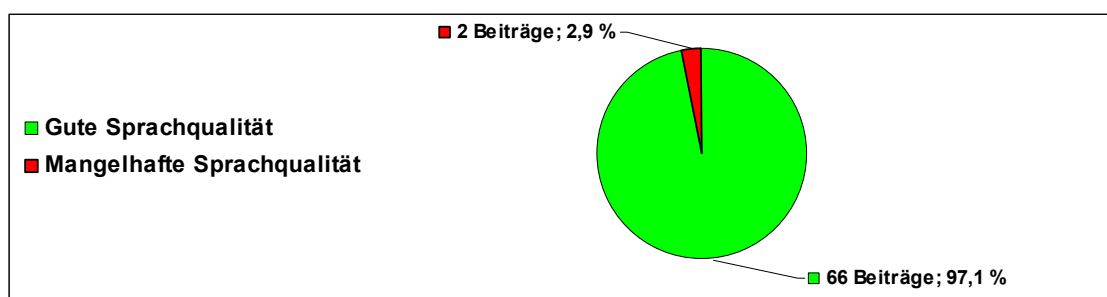


Abb. 23: Anzahl Beiträge mit guter/mangelhafter Sprachqualität in „Profil“ aus 2008

In der Längsschnittanalyse 1999 bis 2008 erhalten sechs von 246 Beiträgen die Codierung „Mangelnde Sprachqualität“ (etwa 2,4 %). Der langjährige Durchschnitt weicht damit auch in dieser Kategorie vom Wert für 2008 (2,9 %) nur gering ab.

Zur Verteilung nach Jahren: fünf von sechs Fällen stammen aus den ersten beiden Jahren des Beobachtungszeitraums. Doch auch hier ist aufgrund der geringen Anzahl der Fälle Vorsicht in der weiterführenden Interpretation geboten.

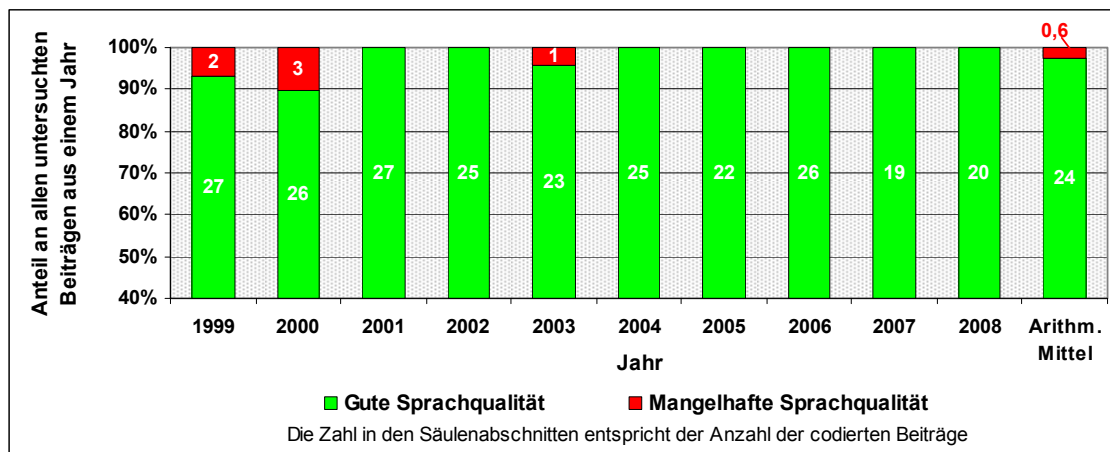


Abb. 24: Anzahl Beiträge mit guter/mangelhafter Sprachqualität in „Profil“ 1999 bis 2008

Kategorie *Sprachqualität* – Methodenkritik

Es stellt sich die Frage, ob die Summe der Merkmale aus beiden Unterkategorien ausreicht, um *Sprachqualität* hinreichend zu operationalisieren. Dazu lassen sich die diese Studie definierenden Merkmale ins Treffen führen: es wird vorausgesetzt, dass in jeder Kategorie sämtliche aus der Literatur ableitbaren Parameter, die sich inhaltsanalytisch nachweisen lassen, einbezogen werden und in Summe die Feststellung journalistischer Qualität hinsichtlich dieser Kategorie ermöglichen.

Letzteres ist sowohl auf syntaktischer als auch auf semantischer Ebene geschehen. Die Kategorie ist somit im Hinblick auf das Ziel der vorliegenden Arbeit als erschöpfend zu betrachten.⁴⁴⁵

9.2 Zweite Kategorie (K 2): *Handwerksregeln*

Die zweite Hauptkategorie, die in dieser Arbeit untersucht wird, lässt sich mit den Begriff *Handwerksregeln* benennen. Die Kriterien stammen einerseits aus dem Begriffsbündel *Objektivität* aus Ruß-Mohls magischem Vieleck,⁴⁴⁶

⁴⁴⁵ Vgl. Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 92 f.

⁴⁴⁶ Vgl. Ruß-Mohl, Stephan: Der I-Faktor ... a. a. O., S. 96.

andererseits aus dem von Schröter erarbeiteten Kriterienkatalog für journalistische Qualität.⁴⁴⁷

9.2.1 Erste Unterkategorie (UK 2.1): W-Fragen

Bei der Beantwortung der *elementaren W-Fragen* handelt es sich nach Schröter um notwendige Bezugsangaben zum Verständnis einer Nachricht.⁴⁴⁸ Auch Schneider/Raue bezeichnen im „Handbuch des Journalismus“ die Beantwortung der W-Fragen als „zwingend“,⁴⁴⁹ Wilke sieht darin gar die Realisierung einer *dramaturgischen Einheit von Ort, Zeit, Person(en) und Handlung*.⁴⁵⁰

Die Fragen lauten:

- Wer hat
- was
- wann
- wo

getan oder gesagt?⁴⁵¹ Auf gleicher Stufe mit den elementaren W-Fragen steht – ergänzend – die Angabe von Quellen bzw. die Darstellung des Vermittlungskontextes.⁴⁵²

Die Nennung der Quelle ist allerdings im Falle brisanter Nachrichten in vielen Fällen mit der Gefährdung von Informanten verbunden und unterbleibt bisweilen aus gutem Grund.⁴⁵³ Es ist daher immer die Frage zu stellen, ob zu einem

⁴⁴⁷ Vgl. Schröter, Detlef: Qualität und Journalismus ... a. a. O., S. 44 ff.

⁴⁴⁸ Vgl. Schröter, Detlef: Qualität und Journalismus ... a. a. O., S. 44 ff.

⁴⁴⁹ Schneider, Wolf/Raue, Paul-Josef: Handbuch des Journalismus. Reinbek bei Hamburg, 1996, S. 65.

⁴⁵⁰ Vgl. Wilke, Jürgen: Auf dem Weg zur Nachricht? Wer, Was, Wann, Wo, Wie, Warum, Woher in historischer Tradition. In: Möhn, Dieter/Ross, Dieter/Tjarks-Sobhani, Marita (Hrsg.): Mediensprache und Medienlinguistik. Frankfurt am Main, 2001, S. 19–30, hier S. 21. Zitiert in: Reumann, Kurt: Journalistische Darstellungsformen. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, 2009, S. 129–167, hier S. 131.

⁴⁵¹ Vgl. Schröter, Detlef: Qualität und Journalismus ... a. a. O., S. 44.

⁴⁵² Vgl. Reumann, Kurt: Journalistische Darstellungsformen ... a. a. O., S. 143 f.

⁴⁵³ Vgl. Reumann, Kurt: Journalistische Darstellungsformen ... a. a. O., S. 143 f.

dargestellten Sachverhalt die Nennung der Quelle überhaupt erwartet werden kann.

Über die Beantwortung der elementaren W-Fragen hinaus geht es bei der Realisierung guter journalistischer Qualität um die möglichst weitreichende Beantwortung der *weiterführenden W-Fragen*. Ziel ist es, *sauberes Informieren* durch das Aufzeigen zusätzlicher Informationen, die für das tiefere Verständnis eines Sachverhalts vonnöten sind, zu gewährleisten. Die Fragen lauten:

- Wie,
- warum,
- mit welchem Ziel ist etwas geschehen oder gesagt worden?⁴⁵⁴

Erst die Beantwortung sämtlicher W-Fragen führt zum *Ausleuchten von Hintergründen*, wie es der „Verein zur Förderung der Qualität im Journalismus“ nennt.⁴⁵⁵ Ruß-Mohl verwendet analog dazu in seinem magischen Vieleck den Begriff *Hintergrund*.⁴⁵⁶

Einschränkend ist darauf hinzuweisen, dass die Frage nach dem *Wie?* nicht immer bekannt sein muss und es eine Antwort auf das *Warum?* oft gar nicht geben kann.⁴⁵⁷ Diesem Umstand ist bei der Codierung Rechnung zu tragen.

Zuletzt bleibt offen, welchen Einfluss die Darstellungsform auf die Beurteilung eines Beitrags besitzt. Hierzu ist es notwendig, einen Blick auf die für Nachrichtenmagazine typische *Magazin-Story* oder *Nachrichtengeschichte* zu werfen:

Die *Magazin-Story* zielt ab auf die Vermittlung eines Überblicks über die Nachrichtenlage bzw. die Zusammenfassung verschiedenster Details und Aspekte. Der Einstieg erfolgt oft über eine pointierte These und die nachfolgenden Informationen dienen dazu, diese These zu illustrieren und zu

⁴⁵⁴ Vgl. Schröter, Detlef: Qualität und Journalismus ... a. a. O., S. 44 ff.

⁴⁵⁵ Vgl. Washietl, Engelbert: Qualitätsdebatte in Österreich. Online unter URL: http://www.iq-journalismus.at/cms/iq/wir-ueber-uns_lang.htm (Abfragedatum 19.4.2009).

⁴⁵⁶ Vgl. Ruß-Mohl, Stephan: Der I-Faktor ... a. a. O., S. 96.

erhärten. Jede Einzelinformation wirkt somit wie ein Kommentar oder eine Nachricht. Die Nachrichtengeschichte zeichnet sich weiters dadurch aus, dass *harte Informationen* oft in *Satelliten-Beiträgen* untergebracht werden.⁴⁵⁸

Abgesehen davon, dass hinsichtlich der Suche nach Antworten auf die W-Fragen stets auch alle Satelliten-Beiträge zu untersuchen sind, müssen mindestens die handlungstragenden Aspekte einer Nachrichtengeschichte hinsichtlich der Beantwortung sämtlicher W-Fragen vollständig beleuchtet werden.

In der vorliegenden Untersuchung werden lediglich jene Beiträge, deren Ausmaß weniger als eine halbe Seite beträgt, von der Analyse ausgeschlossen. Schon daraus folgt die Notwendigkeit der Beantwortung der weiterführenden W-Fragen.⁴⁵⁹ Denn für den *Bericht*, also die Langform der Nachricht, ist die Beantwortung sämtlicher W-Fragen ein definierendes Merkmal.⁴⁶⁰

Für die Darstellungsformen *Interview* und *Leitartikel* muss die Forderung nach Beantwortung der W-Fragen allerdings eingeschränkt werden. Bei Interviews, die den Zweck verfolgen, ein umfassendes, gleichsam porträtierendes Bild des Interviewten zu vermitteln, lässt der Gesprächsverlauf zusammenhängende bzw. abgeschlossene Handlungsstränge oft gar nicht zu. Im Leitartikel und in ähnlich meinungsbetonten Darstellungsformen wird oft ein einzelner Aspekt der nachfolgenden oder vorangegangenen Berichterstattung herausgegriffen und bewusst aus einem eingeschränkten Blickwinkel beleuchtet. Auch hier kann die Beantwortung aller W-Fragen nicht immer ein zu erreichendes Ziel darstellen.

⁴⁵⁷ Vgl. Schneider, Wolf/Raue, Paul-Josef: Handbuch ... a. a. O., S. 65.

⁴⁵⁸ Vgl. Reumann, Kurt: Journalistische Darstellungsformen ... a. a. O., S. 149 f.

⁴⁵⁹ Schneider/Raue verwenden die aus der journalistischen Praxis stammende Definition, wonach ein Bericht eine zumindest zweispaltige Nachricht darstellt. Nachrichten von geringerem Umfang würden jedoch in dieser Untersuchung gar nicht in die Stichprobe gelangen.

Vgl. Schneider, Wolf/Raue, Paul-Josef: Handbuch ... a. a. O., S. 59.

⁴⁶⁰ Vgl. Reumann, Kurt: Journalistische Darstellungsformen ... a. a. O., S. 132 f.

W-Fragen – Codiervorschrift

C 2.1.1: Für die handlungstragenden Aspekte sind in einem Bericht inklusive aller benachbarten und Satelliten-Beiträge zu diesem Thema sämtliche W-Fragen ausreichend beantwortet, sofern dies aufgrund der Darstellungsform erwartet werden kann. Überdies werden Informationsquellen offengelegt, wenn nicht ein berechtigtes Schutzbedürfnis derselben vermutet werden kann.

C 2.1.2: Jeder davon abweichende Fall.

Ergebnisse aus der Unterkategorie *W-Fragen*

Die Untersuchung der 68 für die Stichprobe ausgewählten Beiträge aus dem Jahr 2008 erbringt ein zu 100 % positives Ergebnis. In sämtlichen Texten waren die W-Fragen ausreichend beantwortet.

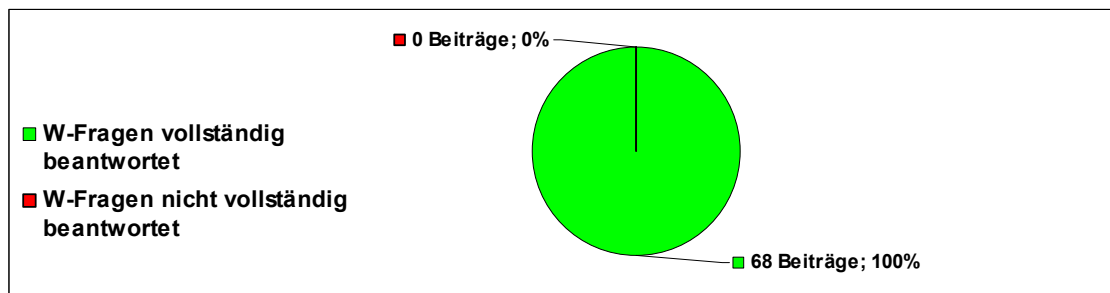


Abb. 25: Anzahl Beiträge mit vollständig/nicht vollständig beantworteten W-Fragen in „Profil“ aus 2008

Die Längsschnittanalyse für die Jahre 1999 bis 2008 ergibt lediglich in zwei von 246 Fällen eine mangelhafte Beantwortung der W-Fragen.

Somit kann sowohl für 2008 als auch für die zehn Jahre der Längsschnittanalyse eine nahezu 100 % ige Erfüllung dieser Qualitätsnorm konstatiert werden. Aus der Verteilung der beiden beanstandeten Fälle auf bestimmte Jahre können aufgrund der geringen Anzahl an Treffern keine Rückschlüsse gezogen werden.

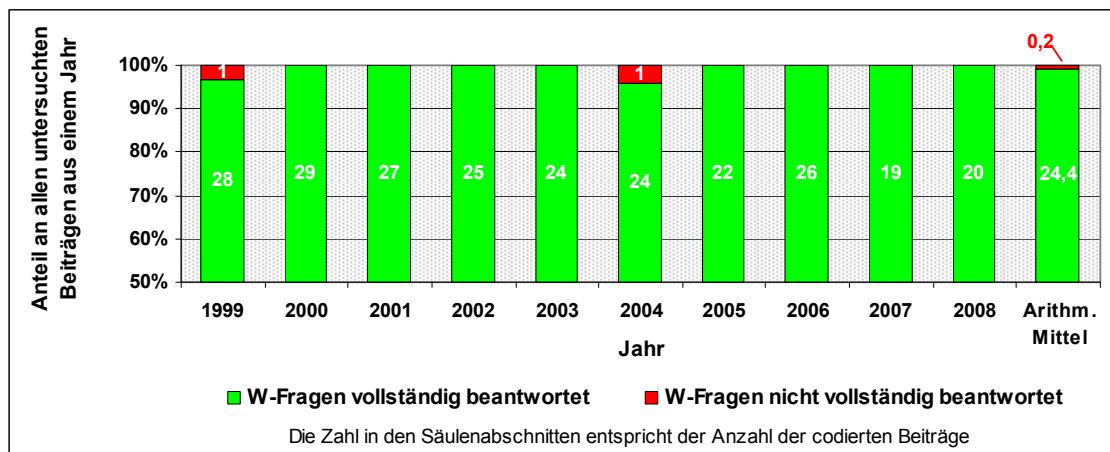


Abb. 26: Anzahl Beiträge mit vollständig/nicht vollständig beantworteten W-Fragen in „Profil“ 1999 bis 2008

Codierung W-Fragen – Details, Erfahrungen, Probleme

Bei der Codierung dieser Unterkategorie ist zunächst der handlungstragende Aspekt herauszufinden, wobei dies einer kurzen Rekapitulation der Textprobe nach dem Lesevorgang bedarf, um nicht besonders markante Passagen über zu bewerten und schlussendlich nach den falschen Antworten zu suchen.

Dieser Vorgangsweise folgend verbleiben aus allen untersuchten Beiträgen letztlich nur zwei, in denen wesentliche Bausteine der Erläuterung des handlungstragenden Aspekts fehlen. Bei „Profil“ wird also auch diesbezüglich sehr gewissenhaft gearbeitet. Dennoch soll beispielhaft über die beanstandeten Fälle berichtet werden:

Im Beitrag „Stimmungs-Aufheller“⁴⁶¹ wird über eine Therapieform zur Behandlung von Depressionen berichtet. Die Therapie, die auf elektromagnetischer Induktion basiert, wird zwar ausreichend erklärt, es wird jedoch weder darüber berichtet, wer das dafür notwendige Gerät erzeugt, noch erfährt der Leser, ob die Therapie bereits einem breiteren Patientenkreis zur Verfügung steht, bzw., ob und wann dies der Fall sein wird. Lediglich wird auf ein Forschungsprojekt an einer Innsbrucker Universitätsklinik hingewiesen.⁴⁶²

⁴⁶¹ Profil 10/1999, S. 124.

Für den Leser steht jedoch im Vordergrund, die konkreten Anwendungsmöglichkeiten der Therapie in Erfahrung zu bringen. Denn im Unterschied zur Fachzeitschrift wendet sich das Nachrichtenmagazin nicht an ein Fachpublikum. Der für den Rezipienten ausschlaggebende Aspekt ist somit nicht die Therapie selbst, sondern die Anwendbarkeit derselben auf betroffene Patienten. Und eben in Bezug darauf ist nach der vorliegenden Methode die Beantwortung der W-Fragen zu prüfen.

Bei dem zweiten beanstandeten Beitrag („Verräter in den eigenen Reihen“⁴⁶³) geht es um Blockadeaktionen des mehrfach erwähnten „Transitforums Austria Tirol“. Die Untersuchungseinheit besteht aus einem Interview mit dessen „Chef“ Fritz Gurgiser und einem angeschlossenen Info-Block. Haupthandlung der Textfolge sind eindeutig die kurz bevorstehenden Blockadeaktionen, die auch ausreichend beschrieben werden. Nur: es geht nicht hervor, welche Personen oder Gruppen hinter dem „Transitforum“ stecken. Die Frage nach dem Wer? wird also nicht hinreichend beantwortet.⁴⁶⁴

Das Beispiel zeigt: Eine für die Codierung zu beachtende Voraussetzung ist, dass der Codierer eigenes Detailwissen ausdrücklich ausblendet. Er muss die Beantwortung der W-Fragen unabhängig davon analysieren, ob ihm Antworten darauf bekannt sind oder nicht.

Unterkategorie *W-Fragen* – Methodenkritik

Probleme bei der Anwendung dieser Methode können bei der Identifizierung der handlungstragenden Elemente eines Textes auftreten. Begründen lässt sich eine entsprechende Auswahl nur bei Einnahme eines *systemorientierten* Standpunkts, wenn also die *Systemleistung* eines Beitrags hinterfragt wird.⁴⁶⁵ Dabei ist der Nutzen eines Textes für den Rezipienten – stellvertretend für die Gesellschaft im Allgemeinen – zwingend mit einzubeziehen.

⁴⁶² Vgl. Profil 10/1999, S. 124.

⁴⁶³ Profil 15/2004, S. 34.

⁴⁶⁴ Vgl. Profil 15/2004, S. 34 f.

⁴⁶⁵ Vgl. Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität ... a. a. O., S. 15 f.

Ohne Einnahme eines solchen Standpunkts bleibt nämlich offen, auf *wessen* W-Fragen denn überhaupt Antworten gesucht werden sollen. Dies müsste dann unter Verzicht auf einen nicht-subjektiven Bezugspunkt, im Zweifelsfall mit metaphysischen Normen und Werten, begründet werden.

9.2.2 Zweite Unterkategorie (UK 2.2): Ausgewogenheit

Ausgewogenheit ist als journalistisches Qualitätskriterium Bestandteil Ruß-Mohls magischen Vielecks.⁴⁶⁶ Als eine aus einer normativen Perspektive stammende Forderung⁴⁶⁷ findet der Begriff Eingang ebenso in Kodizes wie in von Journalisten aufgestellte Kriterienkataloge.

So spricht der Frankfurter Journalistenclub vom Instandsetzen des Lesers zur eigenen Urteilsbildung als *Essential* journalistischer Qualität.⁴⁶⁸ Dafür, so Schröter, müssen „die unterschiedlichen Standpunkte und Interpretationen, wie sie sich im gesellschaftlichen Diskurs darstellen, in die Berichterstattung integrier(t)“⁴⁶⁹ werden. Auch *Meinungsvielfalt* ist ein in diesem Zusammenhang verwendeter Begriff.⁴⁷⁰

In einer älteren Arbeit definiert Rust – ausgehend von Gestaltungsgrundlagen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und bezogen auf Wahlkampfberichterstattung – ausgewogene Berichterstattung als „gleiche quantitative und qualitative Berücksichtigung der aussichtsreichen Kandidaten für ein politisches Amt“.⁴⁷¹ Ein einzelner (Meinungs-)Kommentar, so Rust, müsse in sich jedoch nicht ausgewogen sein, vielmehr solle die Gesamtheit der Berichterstattung ein pluralistisches Spektrum repräsentieren.⁴⁷²

⁴⁶⁶ Vgl. Ruß-Mohl, Stephan: Der I-Faktor ... a. a. O., S. 96.

⁴⁶⁷ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 496.

⁴⁶⁸ Vgl. Erhart, Verena: Qualitätsjournalismus ... a. a. O., S. 12.

⁴⁶⁹ Schröter, Detlef: Qualität und Journalismus ... a. a. O., S. 68

⁴⁷⁰ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 496.

⁴⁷¹ Rust, Holger: Wahlkampf-Berichterstattung in der ‚Neuen Kronenzeitung‘. Gutachten zur Frage der Ausgewogenheit in der Präsentation und Bewertung der Kandidaten Kurt Waldheim und Kurt Steyrer im Präsidentschaftswahlkampf 1986. Wien, 1986, S. 13.

⁴⁷² Vgl. Rust, Holger: Wahlkampf-Berichterstattung ... a. a. O., S. 14.

Früh bietet in einem inhaltsanalytischen Schulbeispiel eine operationale Variante an, um ausreichende Relativierung durch Gegenüberstellung von Argumenten zu messen. In Anlehnung daran wird hier folgende Definition vorgenommen:

- In einem Beitrag sind zumindest zwei zueinander in Beziehung gesetzte, konträre Argumente enthalten, die auf Einstellungen oder Werthaltungen zum handlungstragenden Aspekt des Beitrags beruhen.
- Diese werden in vergleichender Weise verknüpft.
- Indikatoren sind gegenüberstellende Einleitungen wie „obwohl ...“, „so muss doch“, „zwar ... aber“ oder „trotzdem ... jedoch“. Die Gegenüberstellung kann jedoch auch bloß implizit erkennbar sein.⁴⁷³

Ausgewogenheit – Codiervorschrift

C 2.2.1: Die handlungstragenden Aspekte eines Beitrags werden mit mindestens zwei zueinander in Beziehung gesetzten konträren Argumenten oder Argumentationsblöcken beleuchtet. Diese sind in vergleichender Weise verknüpft und die Gegenüberstellung ist durch entsprechende Wortwahl oder sinngemäß deutlich erkennbar. Hinreichend ist auch eine sinngemäße Gegenüberstellung in einem (anderen) (Satelliten-)Beitrag zum selben Thema.

C 2.2.2: Jeder davon abweichende Fall.

Ergebnisse aus der Unterkategorie *Ausgewogenheit*

Die Analyse von 68 „Profil“-Beiträgen aus 2008 stellt jedem dieser Beiträge ein gutes Zeugnis im Hinblick auf die Ausgewogenheit seines Inhalts aus.

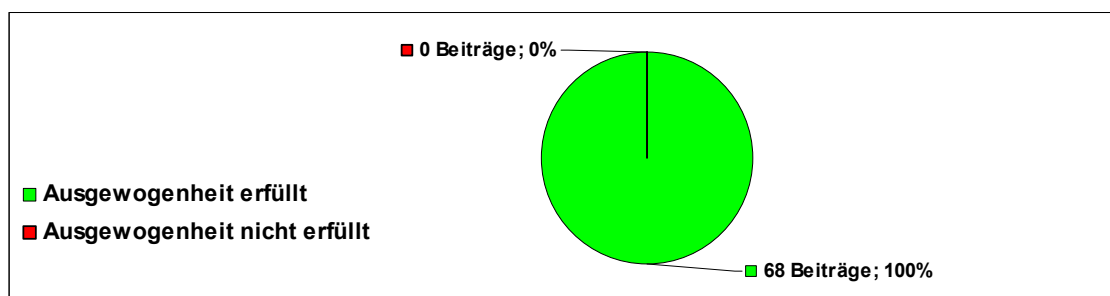


Abb. 27: Ergebnisse für die Stichprobe aus 2008 hinsichtlich Ausgewogenheit der Beiträge

⁴⁷³ Vgl. Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 256.

Für die Jahre 1999 bis 2008 werden unter 246 untersuchten Beiträgen sieben ermittelt, in denen Ausgewogenheit nicht in ausreichendem Ausmaß erkennbar ist.

Bemerkenswert ist, dass sämtliche sieben Beanstandungen aus dem Zeitraum zwischen 1999 und 2003 stammen. Seit 2004 erweisen sich sämtliche Beiträge aus der Stichprobe als ‚ausgewogen‘.

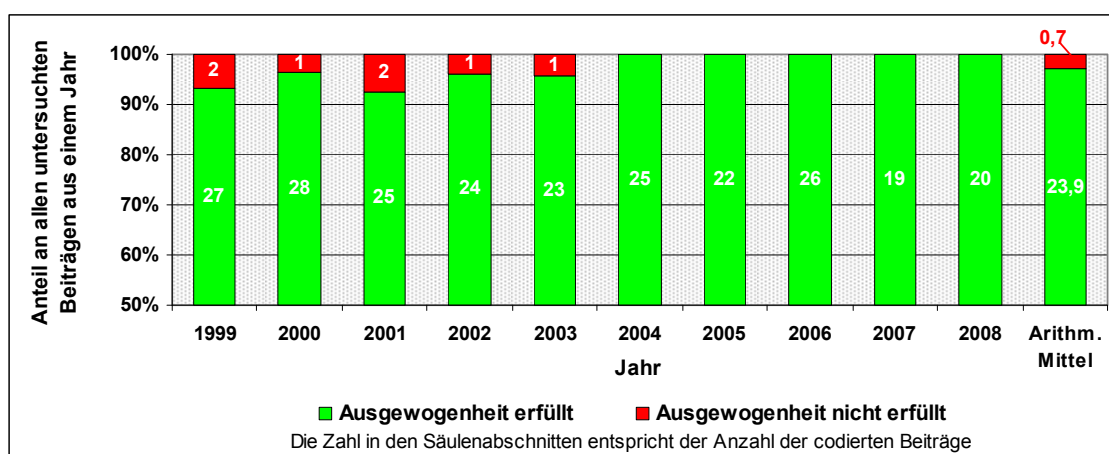


Abb. 28: Ergebnisse für die Stichprobe aus der Längsschnittanalyse 1999 bis 2008 hinsichtlich Ausgewogenheit der Beiträge

Codierung *Ausgewogenheit* – Details, Erfahrungen, Probleme

Drei der sieben Beiträge, die Ausgewogenheit vermissen lassen, stammen aus dem Ressort *Kultur*. Als Beispiel sei der Beitrag mit dem Titel „Bleiche Bilder“⁴⁷⁴ erwähnt:

Berichtet wird von einem Fotograf und seinem Schaffen. Biografische Notizen wechseln einander mit Erklärungen der Technik des Künstlers ab, unterbrochen von Beschreibungen einzelner Fotografien. Der Autor des Beitrags bezieht in mehreren Passagen eindeutig positive Stellung:

⁴⁷⁴ Profil 5/2003, S. 124.

„Warum eigentlich erinnern die Fotoserien des Künstlers Walter Niedermayr so oft an Filme? Von Hitchcock, Wim Wenders oder Ari Kaurismäki. Oder an eigene Erinnerungsfetzen: einen Morgen am Passo di San Pellegrino vor einer Skitour auf die Cima dell’Uomo ...

Es sind realistische Bilder, durch die Technik einer leichten Überbelichtung aber magisch entrückt. ...

Diese Globalisierung menschlicher Existenz ist vielleicht das Faszinierendste an Walter Niedermayrs bleichen Bilderserien: unheimlich und tröstlich zugleich.“⁴⁷⁵

Im Gegenzug enthält der gesamte – ganzseitige – Beitrag jedoch nicht ein einziges konträres Argument, welches bestehen könnte aus

- kritischen Anmerkungen zur Person des Künstlers selbst und dessen Biografie;
- kontroversiellen Auseinandersetzungen mit einzelnen Fotografien oder den künstlerischen Techniken;
- Darstellungen kritischer Meinungen von Experten über den Künstler, dessen Arbeit oder das Genre, dem der Künstler zuzurechnen ist.

Offensichtlich verlocken besonders Künstler, Kunstwerke oder kulturelle Ereignisse Journalisten – unter dem Einfluss der eigenen Begeisterung stehend – zu kritikloser Berichterstattung.

Auch in Beiträgen anderer Ressorts, etwa des Wirtschaftsressorts, sind vereinzelt Beanstandungen hinsichtlich Ausgewogenheit zu treffen. Der ganzseitige Text mit dem Titel „Lauda ohne Niki“⁴⁷⁶ gibt über das Unternehmen „Lauda Air“ Auskunft. Der Lead verspricht eine kontroversielle Auseinandersetzung, indem auf Probleme aus der Vergangenheit angespielt wird:

„Die Lauda Air will nach dem finanziellen Beinahe-Crash im Vorjahr durchstarten. Neue Führung, neue Strategie und neuer Marktauftritt sollen dabei helfen.“⁴⁷⁷

Der Text erweist sich dann jedoch als eine dem Unternehmen und seiner Führung überaus wohlwollende, jegliche kritische Anmerkung vermissen

⁴⁷⁵ Profil 5/2003, S. 124.

⁴⁷⁶ Profil 5/2002, S. 63.

⁴⁷⁷ Ebd.

lassende Abhandlung, die zu zwei Drittel aus der Inhaltsangabe eines als *geheim* bezeichneten Strategiepapiers besteht.⁴⁷⁸

Fälle wie diese sind jedoch keineswegs „Profil“-Regel: In Summe enthalten weniger als 3 % aller Beiträge einen Mangel an Ausgewogenheit und – besonders bemerkenswert – alle diese Beiträge stammen aus der Zeit vor 2004.

Unterkategorie *Ausgewogenheit* – Methodenkritik

Ausgewogenheit lässt sich mit einer nach dem Vorschlag von Früh aufgebauten Codiervorschrift gut messbar machen. Dies gilt, solange man die Erwartungshaltung an Ausgewogenheit nicht erweitert, für sämtliche Darstellungsformen und Mediengattungen.

Schwierigkeiten treten auf, wenn Ausgewogenheit als normativer Begriff im Sinne von *Unparteilichkeit* oder *Chancengleichheit* für politische Konkurrenten aufgefasst wird. Wie bereits im Zusammenhang mit der Beantwortung der W-Fragen würde auch hier ein nicht-subjektiver Bezugspunkt fehlen. Das System Journalismus bietet dem Leser durch das In-Beziehung-Setzen von Argumenten eine Orientierungsleistung an, die jedoch nicht in einem fundamentalen Wert bestehen kann, der besagt, Teilnehmern eines öffentlichen Diskurses in möglichst gleich großen Portionen mediale Beachtung zu schenken.

Aus systemtheoretischer Sicht machen Studien über die Ausgewogenheit von Massenmedien nur dann Sinn, wenn sie entweder den Orientierungswert des Analyseobjekts für den Rezipienten als Bezugswert hernehmen oder eine bestimmte gemessene Einstellung mit einem weiteren Bezugspunkt verknüpfen, um die gesellschaftliche Funktion darzustellen.

⁴⁷⁸ Vgl. ebd.

9.2.3 Codierregel für die Kategorie Handwerksregeln

Die Operationalisierung der Einhaltung von journalistischen Handwerksregeln beruht auf zwei Unterkategorien, die aus den in der Literatur genannten Kriterien abzuleiten sind. Beide Kategorien taugen jedoch lediglich zur Falsifizierung von *schlechter* journalistischer Qualität

Wie schon für die Kategorie Sprachqualität erfolgt auch hier eine Verdichtung zu einer falsifizierenden Aussage: *In einem Beitrag kann keine Verletzung der Handwerksregeln festgestellt werden, wenn in diesem die zu erwartende Beantwortung der W-Fragen sowie auch Ausgewogenheit nachzuweisen sind.*

Handwerksregeln – Codiervorschrift

C 2.1: Alle W-Fragen werden ausreichend beantwortet (Codierung C 2.1.1), gleichzeitig ist Ausgewogenheit festzustellen (Codierung C 2.2.1).

C 2.2: Jeder davon abweichende Fall.

Ergebnisse aus der Kategorie *Handwerksregeln*

Nachdem hinsichtlich der Beantwortung der W-Fragen so gut wie keine Beanstandungen zu treffen sind, spiegelt das Gesamtergebnis in etwa jenes der Unterkategorie Ausgewogenheit wider. Auch für die Kategorie Handwerksregeln können sämtliche 68 Beiträge der Intensivanalyse für 2008 als einwandfrei bezeichnet werden.

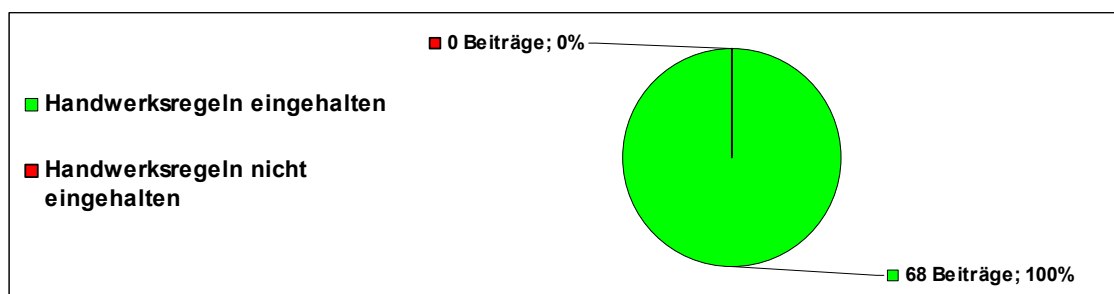


Abb. 29: Ergebnisse für die Stichprobe aus 2008 hinsichtlich Einhaltung der journalistischen Handwerksregeln in den Beiträgen

Gleiches gilt für die Längsschnittanalyse der Jahre 1999 bis 2008. In Summe sind es acht Beiträge, in denen ein Verstoß gegen die Handwerksregeln zu verzeichnen ist. Dies entspricht einem Anteil von 3,3 % aller Beiträge. Ab den Ausgaben des Jahres 2005 weist kein einziger Beitrag diesbezügliche Mängel auf.

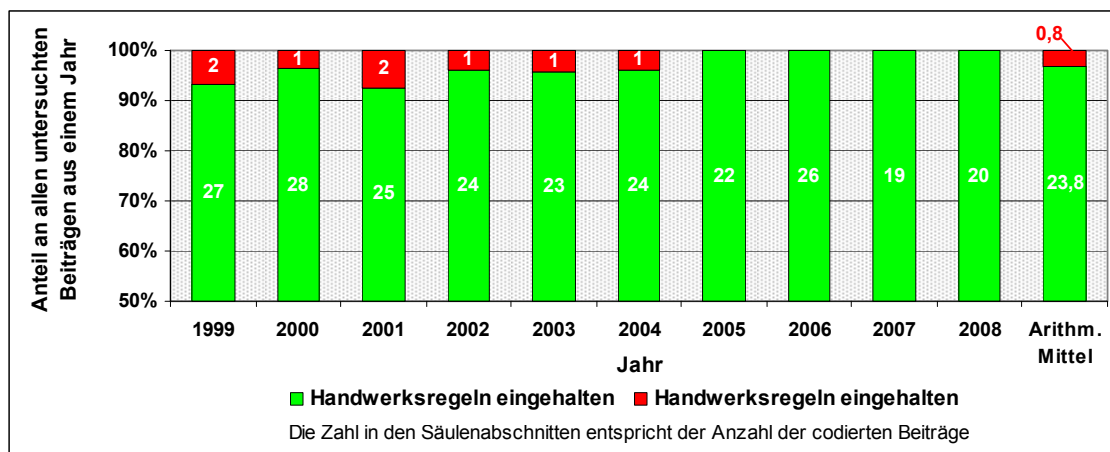


Abb. 30: Ergebnisse für die Stichprobe 1999 bis 2008 hinsichtlich Einhaltung der journalistischen Handwerksregeln in den Beiträgen

Kategorie *Handwerksregeln* – Methodenkritik

Auffällig ist, dass ein Beitrag („Stimmungs-Aufheller“⁴⁷⁹) in beiden Unterkategorien als mangelhaft zu codieren ist. In dem Text fehlt, wie bereits weiter oben beschrieben, nicht nur eine für den Rezipienten wesentliche Information, er enthält darüber hinaus keinerlei kritische Betrachtung, was man aber als Leser von der Beschreibung einer neuen Therapieform als Basisinformation erwarten darf.⁴⁸⁰

Der daraus sich ableitende Verdacht mangelnder Trennschärfe ist jedoch bei genauerer Überlegung nicht aufrecht zu halten. Tatsächlich handelt es sich um verschiedene, in ihrem Kern einander ergänzende Parameter. Während die Beantwortung der W-Fragen – wie die Mauern eines Hauses – die Struktur des Beitrags verkörpert, schützt Ausgewogenheit, einem Dach gleich, den Text vor einseitiger Betrachtungsweise.

⁴⁷⁹ Profil 10/1999, S. 124.

Für eine die definierten Grenzen der vorliegenden Arbeit überschreitende Studie müsste an dieser Stelle als dritte Unterkategorie die Recherchequalität geprüft werden, als in erster Linie kontextbasierender Abgleich von Realität und Richtigkeit der dargestellten Inhalte.

9.3 Dritte Kategorie (K 3): Informationsdichte

Die dritte Hauptkategorie soll hier als *Informationsdichte* bezeichnet werden. Steht bei den Handwerksregeln die Einhaltung von Basismerkmalen des journalistischen Endprodukts im Vordergrund, geht es nun um den *Gehalt* des Inhalts, oder, um beim Bild des Hauses zu bleiben, um die ‚Möblierung‘.

9.3.1 Erste Unterkategorie (UK 3.1): Abstraktion

Ausgehend von einem gesellschaftstheoretischen Modell von Journalismus nennt Rühl als eine der wichtigsten Leistungen des Journalismus, Ordnung in das Ereignischaos der Welt zu bringen.⁴⁸¹ Diese Leistung dient, wie Burkhart es Massenmedien ganz allgemein zuschreibt, der *sozialen Orientierung*.⁴⁸²

Parallel dazu lässt sich – aus einem normativ-pragmatischen Ansatz – Orientierung als Beitrag zum *Gelingen gesellschaftlicher Kommunikation* begreifen. Dementsprechend ist es die Aufgabe des Journalisten, seine Aussagen zu *kontextualisieren*.⁴⁸³

⁴⁸⁰ Vgl. Profil 10/1999, S. 124.

⁴⁸¹ Vgl. Rühl, Manfred: Operation ‚Gebrauchsverstehen‘. Plädoyer für eine Funktionsverlagerung im Journalismus der Gegenwartsgesellschaft. In: Schmitz, Hermann-Josef/ Tompert, Hella (Hrsg.): Professionalität und Profil. Essentials eines engagierten Journalismus. Stuttgart, 1990, S. 49–68, hier S. 55.

Zitiert in: Chmelir, Wolfgang/ Scheschy, Wilfried: Auf Augenhöhe mit dem Leser. Der neue Lokaljournalismus als journalistische Qualität. In: Fabris, Hans Heinz/ Rest, Franz (Hrsg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck, 2001, S. 157–168, hier S. 160.

⁴⁸² Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Kommunikationswissenschaft. Wien, 1983, S. 143.

⁴⁸³ Vgl. Haller, Michael: Qualität und Benchmarking ... a. a. O., S. 182.

Das Ausblenden von Problemzusammenhängen hingegen wird als *Dekontextualisierung* bezeichnet und kennzeichnet Formen wie den Populärjournalismus.⁴⁸⁴

Dementsprechend lassen sich Qualitätsziele ableiten. Explizit nennt die Literatur eine *kritische Sehweise*⁴⁸⁵ oder die *Verdeutlichung des sozialen Kontexts* im Zuge der journalistischen Arbeit.⁴⁸⁶

Im Mittelpunkt dabei steht die *Abstraktion*, die Hervorhebung der vom Beobachterstandpunkt relevanten Attribute bei gleichzeitigem Außerachtlassen individueller, irrelevanter Merkmale.⁴⁸⁷ Das Fehlen einer solchen Abstraktion, so Donsbach/Büttner, ist umgekehrt Kennzeichen des Boulevardjournalismus.⁴⁸⁸

Abstraktion ist jedoch, im Gegensatz zu Ausgewogenheit, nicht mittels syntaktischer Merkmale, sondern anhand von *Sinnzusammenhängen* nachzuweisen.

Abstraktion – Codiervorschrift

C 3.1.1: Im Beitrag wird insofern abstrahiert, als das Hauptthema mindestens auf zwei Ebenen behandelt wird, wobei eine dieser Ebenen relevante Merkmale der anderen im Hinblick auf eine kritische Sichtweise hervorzuheben hat. Falls diese Bedingung nicht erfüllt ist, sind die Inhalte allfälliger benachbarter bzw. Satellitenbeiträge zum selben Thema dahingehend zu untersuchen, ob hier die Bedingung für C 3.1.1 erfüllt wird.

C 3.1.2: Jeder davon abweichende Fall.

⁴⁸⁴ Vgl. Dulinski, Ute: Sensationsjournalismus ... a. a. O., S. 254 f.

⁴⁸⁵ Vgl. Erhart, Verena: Qualitätsjournalismus ... a. a. O., S. 13.

⁴⁸⁶ Vgl. Erhart, Verena: Qualitätsjournalismus ... a. a. O., S. 12.

⁴⁸⁷ Vgl. Bünting, Karl-Dieter: Einführung in die Linguistik ... a. a. O., S. 23 f.

⁴⁸⁸ Vgl. Donsbach, Wolfgang/Büttner, Karin: Boulevardisierungstrend ... a. a. O., S. 24.

Ergebnisse aus der Unterkategorie *Abstraktion*

Auch in dieser Unterkategorie ist von den 68 Stichproben des Jahres 2008 in keinem einzigen Fall eine negative Bewertung zu vergeben. Es sind also sämtliche Beiträge mit abstrahierenden Textbestandteilen versehen.

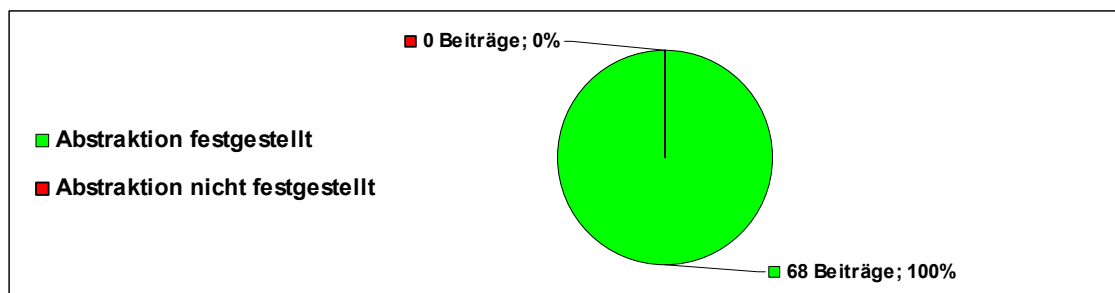


Abb. 31: Ergebnisse für die Stichprobe aus 2008 hinsichtlich Abstraktion in den Beiträgen

Auch in der Längsschnittanalyse für die Jahre 1999 bis 2008 finden sich kaum Texte, die aufgrund fehlender Abstraktion zu beanstanden wären. Da es sich insgesamt nur um zwei Beiträge handelt, erübrigt sich eine Betrachtung der einzelnen Jahre oder der Versuch, daraus eine qualitative Tendenz abzuleiten.

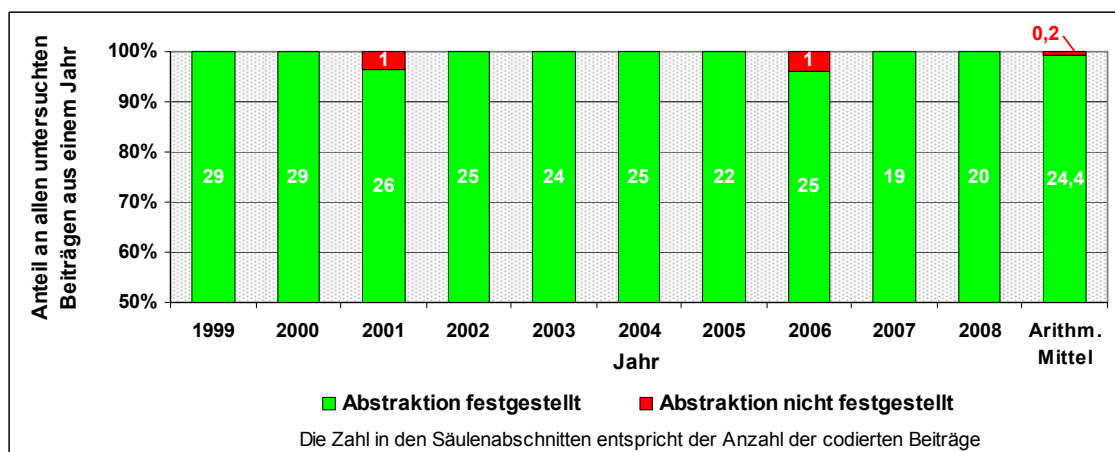


Abb. 32: Ergebnisse für die Stichprobe 1999 bis 2008 hinsichtlich Abstraktion in den Beiträgen

Codierung *Abstraktion* – Details, Erfahrungen, Probleme

Nur zwei Beiträge sind es, die auf der Suche nach abstrahierenden Merkmalen keinerlei Hinweise erbracht haben. Beispielhaft ist ein einseitiger Beitrag unter dem Titel „XY, übernehmen Sie!“.⁴⁸⁹ Auf einer ganzen Seite werden in voneinander deutlich getrennten 14 Absätzen die „Hausaufgaben“ für den damals neu zu bestellenden Wiener Kulturstadtrat aufgezählt und in jeweils etwa zwei Sätzen beschrieben. In einem kleinen Informationskasten werden schließlich in knappen Worten mögliche Kandidaten für dieses Amt genannt. Das Ganze wirkt, als ob der zu erwartende Haupttext mit einer grundsätzlichen Erörterung der Wiener Kulturpolitik irrtümlich nicht abgedruckt worden wäre.

So prägnant dieses Beispiel auch sein mag, in aller Regel gelingt es „Profil“, dargestellte Handlungen und Sachverhalte mittels abstrahierender Elemente entsprechend zu kontextualisieren.

Unterkategorie *Abstraktion* – Methodenkritik

Das Ergebnis verwundert in keiner Weise: in welcher Mediengattung soll die Abstraktion von Ereignissen der Realität denn ihren Niederschlag finden wenn nicht in einem Nachrichtenmagazin? Kritisch könnte eingewandt werden, diese scheinbare Inhärenz schwäche die Aussagekraft einer solchen Kategorie ab, sei tautologisch, wenn nicht gar sinnlos.

Es soll jedoch in dieser Studie nicht überprüft werden, ob „Profil“ ein *gutes Nachrichtenmagazin* ist, sondern, ob es den Kriterien journalistischer Qualität genügt. Und hierfür ist die Operationalisierung von Abstraktion ein durchaus geeignetes Mittel.

9.3.2 Zweite Unterkategorie (UK 3.2): Anschaulichkeit

„Gewährleistung von Verständlichkeit“,⁴⁹⁰ eine Forderung des Frankfurter Journalistenclubs, bildet hier eine Art Gegengewicht zur Frage nach dem Abstraktionsgrad eines Beitrags. Denn in Ergänzung zu der eingehenden Beleuchtung eines Themas bedarf es einer *zielgruppenorientierten Vermittlungsleistung*.

Arnold verwendet zunächst den Begriff *Zugänglichkeit*,⁴⁹¹ Ruß-Mohl spricht in diesem Zusammenhang von *Verständlichkeit* und bezieht dies auf die *Kontext-Information*,⁴⁹² Haller fordert: „Aussagen müssen aus der Sicht der Adressaten in Bezug auf die Ereignisrealität als gehalt-/bedeutungsvoll verstanden werden“.⁴⁹³

Als Hilfsmittel für die Messbarmachung erscheint hier die Verwendung des von Arnold als Qualitätskriterium eingeführten Begriffs *Anschaulichkeit* sinnvoll. Die Erklärung dieses Terminus erfolgt in Rückgriff auf Bammé, der zwei mögliche Vorgangsweisen aufzeigt: „Theoretisches Wissen wird auf die mittlere Ebene zurückgeholt, und Alltagswissen wird auf die mittlere Ebene erhoben“.⁴⁹⁴ Ziel ist es, Zusammenhänge und Vorgänge *als didaktische Kunstform* der unmittelbaren Einsicht des Rezipienten zugänglich zu machen.⁴⁹⁵

Im Gegensatz zur Abstraktion geht es aber bei Anschaulichkeit nicht um das Vermitteln einer kritischen Sichtweise, sondern um das *Verständlichmachen* von Inhalten, indem ein Sachverhalt anhand von Beispielen untermauert wird oder selbst zum Beispiel für einen übergeordneten Sachverhalt wird.

⁴⁸⁹ Profil 15/2001, S. 158.

⁴⁹⁰ Erhart, Verena: Qualitätsjournalismus ... a. a. O., S. 13.

⁴⁹¹ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 495.

⁴⁹² Vgl. Ruß-Mohl, Stephan: Der I-Faktor ... a. a. O., S. 96.

⁴⁹³ Haller, Michael: Qualität und Benchmarking ... a. a. O., S. 183.

⁴⁹⁴ Bammé, Arno: Technologische Zivilisation und die Transformation des Wissens. München, 1988, S. 21. Zitiert in: Schnoor, Detlev: Sehen lernen in der Fernsehgesellschaft. Das pädagogische Prinzip Anschaulichkeit im Zeitalter technischer Bilder. Opladen, 1992, S 21.

⁴⁹⁵ Vgl. ebd., S 21 f.

Einen Beitrag zu mehr Anschaulichkeit leistet weiters die *Überbrückung von Verständnisbarrieren*, die durch die Verwendung von Elementen der wissenschaftlichen Fachsprache entstehen. Mit der Zunahme von Alltagsthemen, die aus Erkenntnissen der Wissenschaft stammen, dringen Elemente von Fachsprachen zunehmend in die Umgangssprache ein. Aufgabe des Journalisten ist es, solche fachlichen Inhalte für den Leser anschaulich und verständlich zu ‚übersetzen‘.⁴⁹⁶

Anschaulichkeit – Codiervorschrift

C 3.2.1: Der Beitrag behandelt wesentliche Handlungsstränge so, dass in einem Beitrag behandelte Zusammenhänge und Vorgänge durch den vermittelten Kontext der unmittelbaren Einsicht eines Rezipienten zugänglich gemacht und Verständnisbarrieren ausgeräumt werden. Falls diese Bedingung nicht erfüllt ist, sind die Inhalte allfälliger benachbarter oder Satellitenbeiträge zum selben Thema dahingehend zu untersuchen, wobei die Bedingungen für C 3.2.1 dann erfüllt sind, wenn die im ersten Satz genannten Bedingungen dort erfüllt werden.

C 3.2.2: Jeder davon abweichende Fall.

Ergebnisse aus der Unterkategorie *Anschaulichkeit*

Bei der Analyse der intensiven Stichprobe aus dem Jahr 2008 erweisen sich alle 68 untersuchten Beiträge als anschaulich und somit in dieser Hinsicht als qualitativ überzeugend.

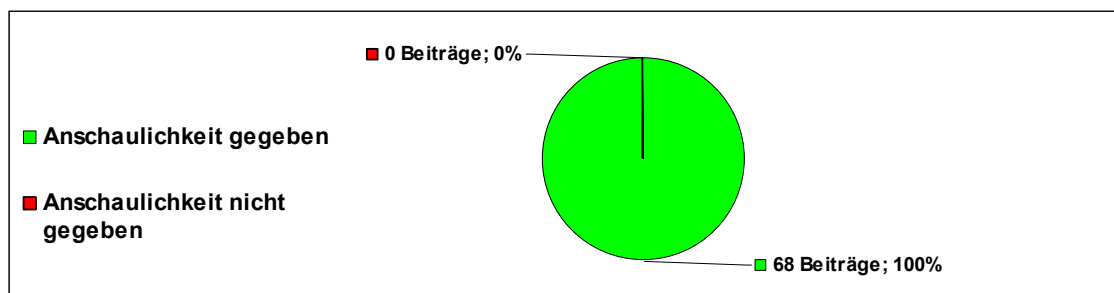


Abb. 33: *Anschaulichkeit der Beiträge in „Profil“. Ergebnisse für die Stichprobe aus der Intensivuntersuchung 2008*

⁴⁹⁶ Vgl. Ahlke, Karola/Hinkel, Jutta: Sprache und Stil. ... a. a. O., S. 47 f.

Für die Längsschnittuntersuchung der Jahre 1999 bis 2008 ist von lediglich einem Beitrag zu berichten, bei dem mangelnde Anschaulichkeit festgestellt werden kann.

Es zeigt sich, dass es „Profil“ versteht, ein journalistisches Produkt herzustellen, dass den Ansprüchen hinsichtlich Anschaulichkeit voll gerecht wird.

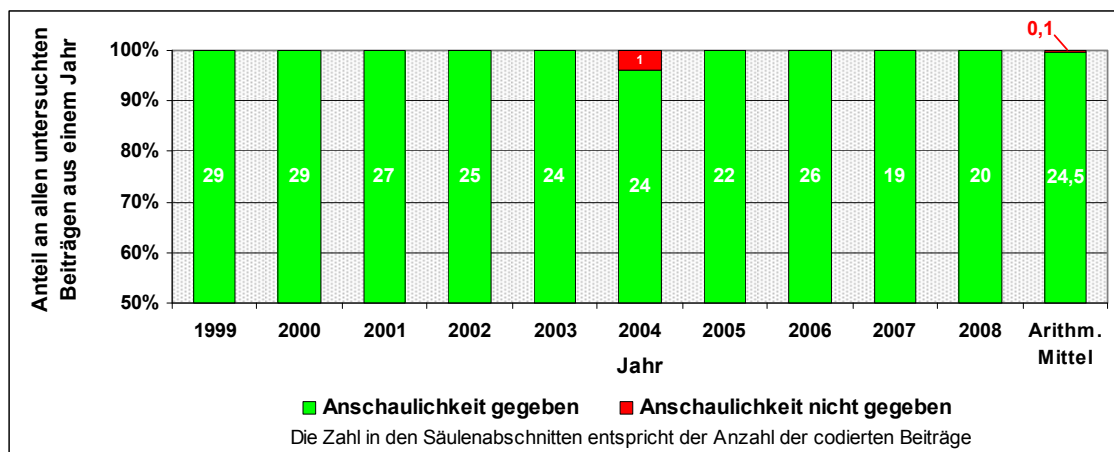


Abb. 34: Anschaulichkeit der Beiträge in „Profil“. Ergebnisse für die Stichprobe aus der Längsschnittuntersuchung 1999 bis 2008

Codierung *Anschaulichkeit* – Details, Erfahrungen, Probleme

Sind die „Profil“-Beiträge in ausreichendem Maße anschaulich aufbereitet, gut verständlich, für den Rezipienten eines Nachrichtenmagazins zugänglich? In aller Regel *ja*. Lediglich in einem einzigen Beitrag glaubt sich der Codierer in einem ‚Labyrinth‘. Der Text über den US-amerikanischen Musiker Ryan Adams beginnt so:

„Offenbar wird Ryan Adams von einem merkwürdigen Teufel geritten, der ihn Jack White von den Neu-Blues-Rockern White Stripes öffentlich attackieren lässt: Jack White sei ein kleines Mädchen und ein Zuhälter, ließ Adams den britischen ‚New Musical Express‘ wissen. Die Mini-Rolle, die White im Bürgerkriegsdrama ‚Cold Mountain‘ spiele, sei erst ihm, Adams, angeboten worden; er habe darauf gepfiffen, denn so was habe er nicht nötig. Warum er einen Krieg mit White, der es vorzog, Ryans Anwürfe unbeantwortet zu lassen, nötig hat, bleibt allerdings rätselhaft.“

Vielleicht eifert Adams einfach nur, weil die White Stripes mit dem lärmigen, ungeschliffenen Garagen-Trumm ‚Elephant‘ genau jenes Album veröffentlichen konnten, das sie veröffentlichen wollten, und dafür auch noch Ruhm, Geld und MTV-Awards einstreifen – während Adams von seiner Plattenfirma Lost Highway vergangenes Jahr gezwungen wurde, sein Wunsch-Projekt ‚Love is Hell‘ zurückzustellen und stattdessen das Album ‚Rock’n’Roll‘ einzuspielen. ‚Rock’n’Roll‘ enthält jede Menge perfekt

produzierter Konfektions-Rocksongs, die schamlos The Strokes, Oasis, Nirvana, The Clash und U2 zitierten – aber leider ist kaum etwas von Ryan Adams drin.⁴⁹⁷

Der Rezeptionsfluss scheitert spätestens an der Frage, was denn, um Himmels willen, ein *Garagen-Trumm* sei – ein *Album*, wie es der Leser kurz danach in entwaffnender Offenheit erfährt?

Unterkategorie *Anschaulichkeit* – Methodenkritik

Ereignisse und Probleme sind so darzustellen, dass sie auch „für nicht sachverständige Bürger einsehbar“⁴⁹⁸ sind. Dies ist eine Grundvoraussetzung des Nachrichtenvermittlungsprozesses.⁴⁹⁹ Als unbestritten kann gelten, dass die Qualität eines Mediums am Ausmaß gemessen werden kann, in welchem dies erfüllt wird.

Umso wichtiger ist es, eine Analyse dieser Art den Erwartungen anzupassen, die aus gattungsspezifischer Sicht an die Vermittlung einer Nachricht gestellt werden können. Richtet sich beispielsweise eine Zeitschrift an den durchschnittlich gebildeten, jedoch fachlich uninformierten Leser mittleren Alters, wird eine Reportage über einen Songwriter im Stil des eben genannten Beispiels in den meisten Fällen keinen erfolgreichen Vermittlungsprozess zulassen.

Anschaulichkeit ist nur dann operationalisierbar, wenn man den Kenntnisstand und die sprachlichen Voraussetzungen des jeweiligen Rezipientenkreises berücksichtigt und der Codierer sich in die Lage eines solchen durchschnittlichen Rezipienten hineindenken kann.

Was umgekehrt bedeutet: Anschaulichkeit kann kein alleiniges Qualitätsmerkmal sein. Denn ihre Erreichung bedarf von Fall zu Fall unterschiedlicher, gegensätzlich ausgerichteter Ausprägungen. Zwei für ihre Rezipienten überaus anschaulich gestaltete Zeitschriften können für die Leser des jeweils anderen Mediums unverständlich und vollkommen wertlos sein.

⁴⁹⁷ Profil 5/2004, S. 155.

⁴⁹⁸ Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft ... a. a. O., S. 157.

⁴⁹⁹ Vgl. ebd.

9.3.3 Codierregel für die Kategorie Informationsdichte

Die Operationalisierung von Informationsdichte erlaubt eine Verifizierung guter journalistischer Qualität. Sowohl das Merkmal eines angemessenen Abstraktionsgrads, als auch die gleichermaßen als notwendig erachtete Anschaulichkeit der Berichterstattung sind definitiv *verifizierbar*.

Für die Kategorie Informationsdichte lässt sich daher eine weiter als in den bisherigen Kategorien reichende Operationalisierungsregel definieren: *Journalistische Qualität im Hinblick auf Informationsdichte ist festzustellen, wenn in einem Beitrag sowohl eine angemessene Orientierung des Lesers durch abstrahierende Textbestandteile ermöglicht wird, als auch eine ausreichende Verständlichmachung der Zusammenhänge eines behandelten Themas und die Auflösung allfälliger Vermittlungsbarrieren nachweisbar sind*.

Informationsdichte – Codiervorschrift

C 3.1: Ein ausreichender Abstraktionsgrad (Codierung C 3.1.1) und gleichzeitig eine erwartbare Anschaulichkeit der Vermittlung eines Themas sind festzustellen (Codierung C 3.2.1).

C 3.2: Jeder davon abweichende Fall.

Ergebnisse aus der Kategorie Informationsdichte

Die intensive Stichprobe aus dem Jahr 2008 erweist sich für diese Kategorie – ebenso wie für die beiden Unterkategorien – als makellos. Die Informationsdichte folgt zu 100 % den Kriterien guter journalistischer Qualität.

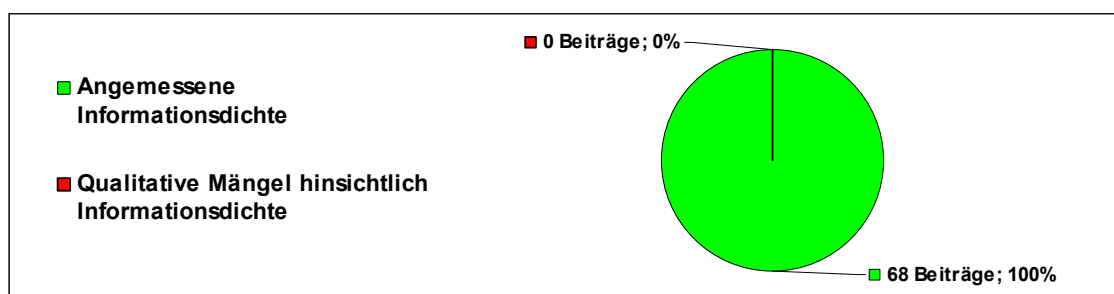


Abb. 35: Informationsdichte der Beiträge in „Profil“. Ergebnisse der Stichprobe aus 2008

Für die Jahre 1999 bis 2008 werden lediglich drei von 246 Beiträgen als mangelhaft im Hinblick auf die Dichte der darin enthaltenen Informationen bewertet. Dies ergibt einen Anteil von etwas über 1 % und ist daher nahezu vernachlässigbar.

Ebenso ist die Frage der Verteilung der erhobenen Qualitätsmängel auf die einzelnen Jahre aufgrund der geringen Trefferquote als irrelevant zu bezeichnen.

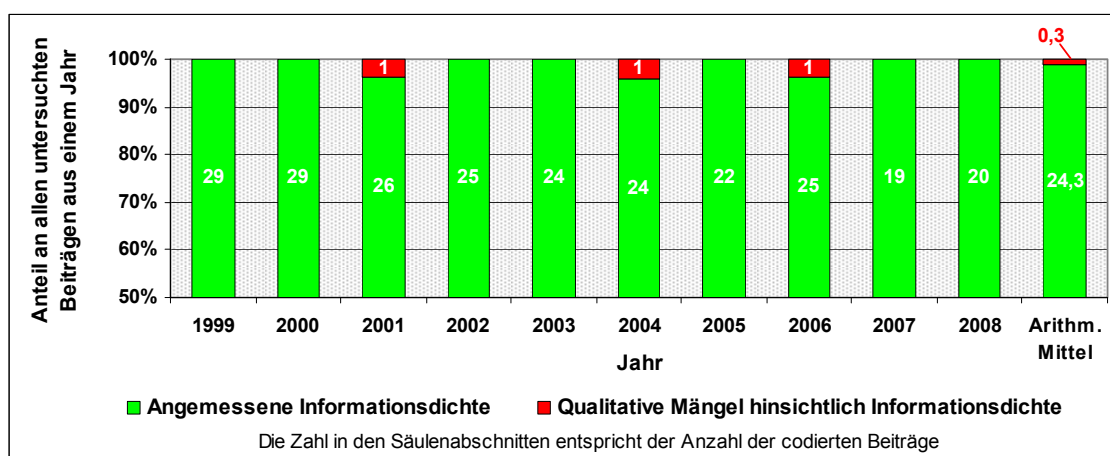


Abb. 36: Informationsdichte der Beiträge in „Profil“. Ergebnisse der Stichprobe 1999 bis 2008

Codierung *Informationsdichte* – Details, Erfahrungen, Probleme

Wenn man die „Profil“-Beiträge der Jahre 1999 bis 2008 liest, kann man davon ausgehen, auf intensive Weise informiert zu werden. Die Summe der Texte zu einem Thema vermitteln dieses in anschaulicher Weise, darüber hinaus setzen sich so gut wie alle Beiträge – zumindest ansatzweise – mit dem Hintergrund der Haupthandlung in Bezug auf deren gesellschaftliche Relevanz auseinander.

Auf die zwar vorhandenen, jedoch in Summe bedeutungslosen ‚Ausreißer‘ muss hier nicht nochmals eingegangen werden.⁵⁰⁰

⁵⁰⁰ Siehe dazu Kapitel 9.3.1 bzw. 9.3.2.

Kategorie Informationsdichte – Methodenkritik

Die beiden Unterkategorien *Abstraktion* und *Anschaulichkeit* ergänzen einander. *Abstraktion* ist für sämtliche Typen von Massenmedien eine gut operationalisierbare Dimension. *Anschaulichkeit* hingegen muss unter gattungsspezifischen Aspekten gemessen werden, die Vermittlungsleistung des jeweiligen Mediums ist in Relation zu angenommenen Indikatoren des durchschnittlichen Rezipienten wie Bildungsgrad oder Interessenlage zu beurteilen.

Diese Tatsache rückt auch die Person des Codierers in den Vordergrund: Intersubjektive Überprüfbarkeit eines Nachrichtenmagazins ist nur dann gewährleistet, wenn die Annäherung der/-s Codierer(-s) an einen Beitrag gleichmäßig kongruent mit dem Rezeptionsverhalten der Leser verläuft. Dies ist durch entsprechende Auswahl und Codierschulung sicherzustellen.

9.4 Vierte Kategorie (K 4): Themensetting

Altmeppen bezeichnet *Themenentzug* als eine der wesentlichen Maßnahmen, journalistische Qualität zu untergraben. „Das Resultat des Themenentzugs, die Entzugerscheinungen sozusagen, besteht aus Orientierungslosigkeit der Journalistinnen und Journalisten, denn Themen sind ein zentrales Strukturmoment und eine wesentliche Ressource des Journalismus“.⁵⁰¹

Der meist ökonomisch motivierte Entzug von redaktionellen Ressourcen, der sich an Maßnahmen wie der Auflösung von Ressorts manifestiert, folgt einem Minimalprinzip; Qualität spielt solcherart eine nachrangige Rolle.⁵⁰²

Doch gilt der Zusammenhang zwischen dem *setting* von Themen und Qualität auch umgekehrt? Auch wenn dies umstritten ist,⁵⁰³ scheint doch durch die

⁵⁰¹ Altmeppen, Klaus-Dieter: Ist der Journalismus strukturell qualitätsfähig? Der Stellenwert journalistischer Organisationen, journalistischer Produkte und journalistischer Medien für die Qualität. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter. (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden, 2003, S. 113–128, hier S. 117.

Agenda-Setting-Forschung der Einfluss der Medien auf die Vorstellung von der Wichtigkeit von Problemen in der Gesellschaft bewiesen.⁵⁰⁴ Es wird daher in dieser Kategorie versucht, journalistische Qualität über die *Themenauswahl* zu messen. Die Operationalisierung erfolgt über eine negative und eine positive Unterkategorie.

9.4.1 Erste Unterkategorie (UK 4.1): Negatives Themensetting

Für die Messung der Häufigkeit des Auftretens ‚un-qualitativer‘ Themen werden Kriterien aus den Beschreibungen von Antagonismen zu Qualitätsjournalismus herangezogen:

- Geschichten, die, wie von Dulinski beschrieben, auf *Trivialmythen* aufbauen:

Letztere stellen den Kern von *Human Interest Stories* dar, deren charakteristische Elemente „universell-allgemeinverständliche, die Grundlagen der menschlichen Existenz berührende Topoi, die narrative, stark personalisierte Struktur, (sowie) die Verschränkung von Mikro- und Makroperspektive durch archetypische Symbole und Allegorien“⁵⁰⁵ sind. Die an Trivialmythen angelehnten Erzählkategorien lassen sich drei Hauptthemen zuordnen und wie folgt beschreiben:

⁵⁰² Vgl. Altmeppen, Klaus-Dieter: Ist der Journalismus strukturell qualitätsfähig? ... a. a. O., S. 118.

⁵⁰³ Vgl. Dulinski, Ute: Sensationsjournalismus ... a. a. O., S. 233 f.

⁵⁰⁴ Vgl. Kepplinger, Hans Mathias: Wirkung der Massenmedien, In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, 2009, S. 651–702, hier S. 671.

⁵⁰⁵ Dulinski, Ute: Sensationsjournalismus ... a. a. O., S. 264.

Haupt-thema	Erzählkategorie
Liebe	● Aufstieg durch Liebe/Heirat ● Leidenschaft, unermessliche Liebe/Sex/Erotik ● Misserfolg in der Liebe, Scheitern, Liebesverlust ● Kriminelle Handlungen aus Liebe, Eifersuchtsdrama ● Abartige, unmoralische Liebe ● Betrogene, missbrauchte Liebe ● Kampf für Liebe, idealistische/aufopfernde Liebe ● Elternliebe, Mutterliebe
Macht/Gewalt, Tod, Unglück	● Der arme, ohnmächtige Bürger ● Tyrannische Grausamkeit, Macht gegen Unschuldige ● Habgier, Geiz als Motiv für Gewalt ● Grenzsituationen, Todeskampf, Abenteuerum ● Rebellion für Werte, ideel motivierte Gewalt ● Unverhoffter Schutz, Bewahrung vor Bösem und Unglück ● Sturz, Fall, Bestrafung des Bösen ● Hereinbrechende, schicksalhafte Katastrophe/Unglück
Glück, Sicherheit, heile Welt	● Selbstlosigkeit, der gute Mensch und seine guten Taten ● Unbeschwertheit, heile Welt, Heimat ● Tier als Vorbild, Tier mit menschlichen Idealen ● Unverhofftes Glück, Träume werden wahr ● Glück im Unglück ● Pflicht + Leistung, Zuverlässigkeit, Ausdauer + Belohnung

Abb. 37: Themen und Erzählkategorien aufbauend auf Trivialmythen

- Schockierende Stories, aufbauend auf den Hauptthemen *sex*, *crime* und *war*.⁵⁰⁶
- Schließlich wird das von Donsbach/Büttner genannte Merkmal der *skandalierenden Berichterstattung* einbezogen.⁵⁰⁷

Negatives Themensetting – Codiervorschrift

C 4.1.1: Das Hauptthema des Beitrags ist entweder deutlich an die Struktur eines Trivialmythos angelehnt oder der Fokus des Beitrags weist auf die Themen Sexualität, Verbrechen oder kriegerische Aggression direkt hin. Zweifelsfälle sind mittels eines hermeneutisch festzustellenden Eindrucks zu entscheiden. Falls der Codierer auf diese Weise keine Entscheidung treffen kann, wird jedenfalls mit C 4.1.1 kodiert.

C 4.1.2: Jeder nicht mit C 4.1.1 zu codierende Fall.

⁵⁰⁶ Vgl. Hummel, Roman: Journalistische Spielarten ... a. a. O., S. 189 f.

⁵⁰⁷ Vgl. Donsbach, Wolfgang/Büttner, Karin: Boulevardisierungstrend ... a. a. O., S. 24.

Ergebnisse aus der Unterkategorie *negatives Themensetting*

Die Stichprobe der Intensivstudie 2008 (68 Beiträge) ergibt in sechs Fällen eine Codierung als *negatives Themensetting*. Dies entspricht einem Anteil von etwa 9 %.

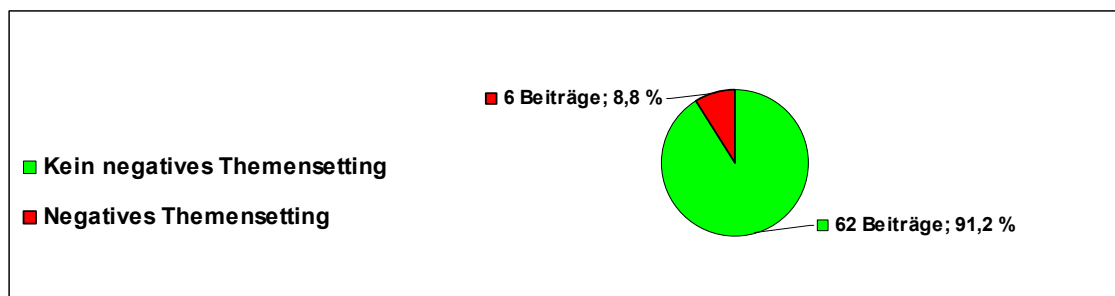


Abb. 38: Anzahl der Beiträge mit negativem Themensetting 2008

Für die Längsschnittuntersuchung der Jahre 1999 bis 2008 lassen sich aus der Stichprobe von 246 Beiträgen 29 mit negativem Themensetting identifizieren, was einen Anteil von etwa 11,8 % bedeutet. Weit mehr als die Hälfte der beanstandeten Fälle stammt aus der ersten Hälfte des Untersuchungszeitraums, die letzten vier Jahre weisen überhaupt nur vier Fälle auf, also einen Fall pro Jahr (Mittelwert für alle 10 Jahre: 2,9).

Vergleicht man die Stichprobe aus 2008 (8,8 % Anteil) mit dem langjährigen Durchschnitt der „kleinen“ Stichproben aus 1999 bis 2008 (11,8 %), zeigt sich keine signifikante Abweichung. Die augenfällige Häufung in den ersten sechs Jahren des Untersuchungszeitraums scheint auf äußere Einflüsse zurückzugehen.

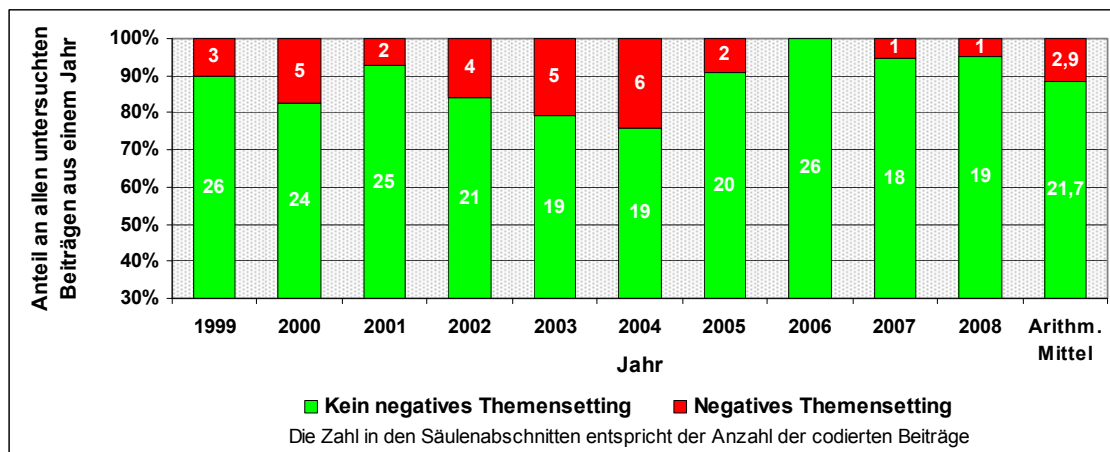


Abb. 39: Anzahl der Beiträge mit negativem Themensetting 1999 bis 2008

Codierung *negatives Themensetting* – Details, Erfahrungen, Probleme

Die Unterkategorie *negatives Themensetting* bietet für die Codierung hinreichende Merkmale. Zum Teil ermöglicht bereits die Wahrnehmung des Titels und des beigefügten Bildmaterials eine Codierentscheidung. Als Beispiel sei der Beitrag „Calderóns Krieg“⁵⁰⁸ erwähnt: Etwa die Hälfte einer Doppelseite wird von einem Bild eingenommen, auf dem offensichtlich tote Verbrechensopfer, zum Teil mit erkennbaren Genitalien, abgebildet sind. Nicht nur der Titel, auch der Lead weist klar darauf hin, dass für den Fokus des Beitrags die Merkmale *crime* und *war* kennzeichnend sind:

„Im südlichen Nachbarstaat der USA kämpfen Polizei und Drogenkartelle um die Macht. Die Fronten sind unklar, denn Teile der mexikanischen Politik stehen im Solde der Narco-Mafia.“⁵⁰⁹

Da die Vorschriften vorsehen, dass im Zweifelsfall negativ codiert werden muss, ist die Entscheidung oft nur nach eingehender Analyse möglich. Gut illustrierbar ist dies am Beitrag „Der kleine Soldat“⁵¹⁰. Sowohl die Abbildung einer Erschießung durch (offensichtliche) Soldaten der deutschen Wehrmacht, als auch ein kleines Bild mit fünf Soldaten, die Stahlhelm tragen, könnten zunächst auf die Merkmale *war* und *crime* hindeuten.⁵¹¹ Der Lead jedoch gibt eindeutig

⁵⁰⁸ Profil 50/2008, S. 64 f.

⁵⁰⁹ Profil 50/2008, S. 64.

⁵¹⁰ Profil 15/2002, S. 48.

⁵¹¹ Vgl. Profil 15/2002, S. 48 f.

darüber Auskunft, dass der Fokus des Beitrags auf der Auseinandersetzung mit Opfern der NS-Militärjustiz liegt:

„Wehrmacht. Wer desertierte, wurde hart bestraft, oft mit dem Tod. Warum sind diese Opfer der NS-Militärjustiz noch immer nicht rehabilitiert?“⁵¹²

Auch wenn die Feststellung einer trivialmythischen Konstruktion im Raum steht, ist bisweilen eingehend zu überlegen. Beiträge, die sich mit Krankheiten oder Naturkatastrophen befassen, fordern immer wieder die Frage heraus, ob der Fokus des Themas nach dem Schema eines Trivialmythos aufgebaut ist, oder ob die sachliche (meist naturwissenschaftliche) Aufklärung im Vordergrund steht.

In der Story mit dem Titel „Beuschel-Reißer“⁵¹³ wirft der Lead zunächst Zweifel auf, ob hier eine schicksalhafte Katastrophe – das weltweite Auftreten der Viruserkrankung SARS – thematisiert wird, oder ob es vornehmlich um die Aufdeckung einer übertriebenen Panik geht:

„SARS. Nach der scheinbar unaufhaltsamen Ausbreitung der Viruserkrankung herrscht weltweit Panik. Doch Experten erblicken in der atypischen Lungenentzündung keine besondere Gefahr.“⁵¹⁴

Jedoch allein der metaphorische Titel des Beitrags und, mehr als alles andere, das Titelfoto geben den Ausschlag: Zu sehen sind zwei mit Mundschutz ausgestattete Personen, die in Hongkong eine Rolltreppe benutzen. Die Anmutung des Bildes: ‚SARS ist unter uns‘.⁵¹⁵ Es handelt sich also zumindest um einen Zweifelsfall und somit ist dem Beitrag vorschriftsmäßig das Merkmal *negatives Themensetting* zuzuordnen.

Unterkategorie *negatives Themensetting* – Methodenkritik

Die Codiervorschrift baut auf gut nachvollziehbaren Merkmalen auf. Die Operationalisierbarkeit für die Diagnose journalistischer Qualität hängt jedoch

⁵¹² Profil 15/2002, S. 48.

⁵¹³ Profil 15/2003, S. 124.

⁵¹⁴ Profil 15/2003, S. 125.

⁵¹⁵ Vgl. Profil 15/2003, S. 124 f.

von einer unverzichtbaren Regel ab: Im *Zweifelsfall* muss auf negatives Themensetting erkannt werden. Widrigenfalls ließe sich mit diesem Instrument nämlich höchstens *schlechte* Qualität nachweisen.

Ansatzpunkte für eine Methodenkritik bieten die mit einer qualitativen Analyse allgemein verbundenen Unsicherheiten: Es stellt sich das allgemeine Problem der Validität bei einander eindeutig widersprechenden, jedoch nicht eindeutig priorisierbaren Merkmalen. Während der Analyse treten Fragen auf wie: Geht es eigentlich um Krieg oder um Möglichkeiten für einen Waffenstillstand? Wird ein Sportler als Mythos dargestellt, oder ist steht seine Funktion als gesellschaftliche Identifikationsfigur im Vordergrund?

Klar ist, dass diese Unterkategorie *alleine* für die Messung journalistischer Qualität nicht ausreichen kann, denn sie bedient sich eines Merkmals für das *Gegenteil* journalistischer Qualität. Dieses Merkmal ist jedoch umgekehrt nicht hinreichend, um einem Medium damit mangelnde Güte zu unterstellen. Die Berichterstattung zum Thema Sexualität beispielsweise hat *a priori* nichts mit schlechter Qualität zu tun. Es kommt darauf an, ob über einen Aspekt von sex berichtet wird, der *Relevanz in Bezug auf ein gesellschaftliches Problem* besitzt. Somit ist in Folge eine weitere – relativierende – Unterkategorie aufzustellen.

9.4.2 Zweite Unterkategorie (UK 4.2): positives Themensetting

Aus der Literatur lassen sich zahlreiche Merkmale für eine positive Einstufung von Themen journalistischer Beiträge finden. Diese sollen als Messkriterien für die Unterkategorie *positives Themensetting* dienen:

- *Problem-Aktualität*,⁵¹⁶
- Aktualität in Bezug auf die *mit der Jetzt-Zeit verbundene Gesellschaftsbeobachtung*,⁵¹⁷
- Ausüben einer gesellschaftlichen *Wächter-Funktion*,⁵¹⁸

⁵¹⁶ Vgl. Ruß-Mohl, Stephan: Der I-Faktor ... a. a. O., S. 96.

⁵¹⁷ Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 494.

⁵¹⁸ Vgl. Erhart, Verena: Qualitätsjournalismus ... a. a. O., S. 12.

- Orientierung des Beitrags an *Menschenrechtsnormen*.⁵¹⁹

Die Journalismusforschung spricht diesbezüglich auch von *latenter Aktualität*, Beispiele wären Themen wie Arbeitslosigkeit, Wohnungsnot oder Fremdenfeindlichkeit.⁵²⁰

Positives Themensetting – Codiervorschrift

C 4.2.1: Das Hauptthema des Beitrags ist von latenter gesellschaftlicher Aktualität. Falls der Codierer keine Entscheidung treffen kann, wird jedenfalls mit C 4.2.2 kodiert.

C 4.2.2: Jeder nicht mit C 4.2.1 zu codierende Fall.

Ergebnisse aus der Unterkategorie *positives Themensetting*

Für die ‚große‘ Stichprobe 2008 weisen von den 68 untersuchten Beiträgen 65 ein positives Themensetting auf, behandeln also Themen von latenter gesellschaftlicher Aktualität. Somit sind etwa 96 % der Beiträge aus dieser Stichprobe hinsichtlich ihres Themensettings als positiv zu bewerten.

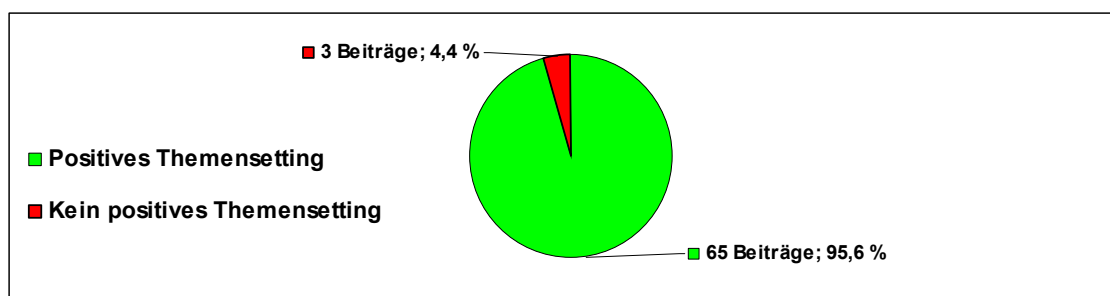


Abb. 40: Anzahl der Beiträge mit positivem Themensetting aus der Stichprobe der Intensivuntersuchung 2008

Für die Jahre 1999 bis 2008 ergibt sich im Durchschnitt ein ähnliches Bild. Von den in die Längsschnittuntersuchung einbezogenen 246 Beiträgen weisen

⁵¹⁹ Vgl. Washietl, Engelbert: Qualitätsdebatte in Österreich. Online unter: http://www.iq-journalismus.at/cms/iq/wir-ueber-uns_lang.htm (Abfragedatum 9.4.2009).

⁵²⁰ Vgl. Ahlke, Karola/Hinkel, Jutta: Sprache und Stil. ... a. a. O., S. 24.

lediglich 11 kein positives Themensetting auf, das sind etwa 4,5 % (Analyse für 2008: 4,4 %).

Betrachtet man die zusammengefassten Stichproben aus den einzelnen Jahren, fällt auf, dass die ohnehin seltenen ‚Verstöße‘ gegen ein positives Themensetting sich nahezu gleichmäßig ereignen. Deshalb, sowie auch aufgrund ihres seltenen Auftretens lässt sich keinerlei Tendenz erkennen.

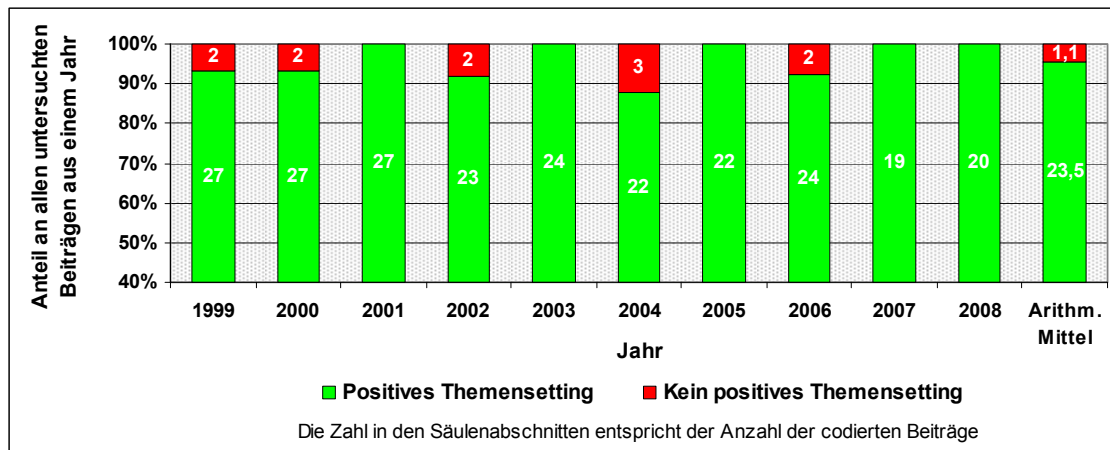


Abb. 41: Anzahl der Beiträge mit positivem Themensetting 1999 bis 2008

Codierung *positives Themensetting* – Details, Erfahrungen, Probleme

Wie auch in der vorherigen Unterkategorie erlaubt die Suche nach positivem Themensetting in vielen Fällen eine rasche Beurteilung aufgrund der Aufmachung des Beitrags und des Leads.

Texte, die die Hintergründe von politischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen zum Inhalt haben, tragen schon durch diesen Umstand den Bezug zu gesellschaftlicher Aktualität in sich. Gleiches gilt für Beschreibungen der Gesellschaft und ihrer Teilsysteme, solange sich das Thema der Aufarbeitung eines Problems widmet, also *Problem-Aktualität* besitzt.

Schwieriger wird die Beurteilung bei Beiträgen, die Teile des Wirtschafts- und Kulturlebens beschreiben. An zwei Beiträgen aus dem Wirtschaftsressort soll die Codierung illustriert werden:

In der Story „Tabak-Attacke“⁵²¹ ist aus dem Titel, dem Lead und den angeschlossenen Bildern zunächst keinerlei positives Themensetting erkennbar.⁵²² Der Lead wörtlich:

„Rauchwaren: Der ehemalige Austria-Tabak-Manager Christian Mertl macht seinem einstigen Arbeitgeber Konkurrenz. Anfang Mai will er mit eigenen Zigaretten auf den Markt kommen.“⁵²³

Die Bilder dazu: Zwei Porträtfotos von handelnden Personen und drei Fotos von Zigarettenpackungen. Dennoch werden im Laufe des Beitrags eine Reihe von gesellschaftlich relevanten Aspekten behandelt: Von der Thematisierung des Tabakwerbeverbots, des Tabakmonopols in Österreich bis hin zur Preisstruktur österreichischer Zigarettenmarken. Dementsprechend ist eine positive Codierung vorzunehmen.⁵²⁴

Ganz im Gegensatz dazu erfolgt die Codierung des Beitrags „Flieger und Sammler“.⁵²⁵ Der Beitrag beschränkt sich auf eine Deskription verschiedener Kundenbindungsprogramme von Fluggesellschaften bzw. Gruppen von Fluggesellschaften. Jeglicher Bezug auf gesellschaftliche Vorgänge oder Strukturen fehlt.⁵²⁶ Folglich kann dem Beitrag kein positives Themensetting attestiert werden.

Die meisten Beiträge, denen kein positives Themensetting zugeschrieben werden kann, stammen interessanterweise aus dem Gesellschafts-Ressort. Und hier dominieren Themen, die der Welt des Sports zuzuordnen sind.

In der Geschichte „Otto nazionale“⁵²⁷, die sich mit dem Fußballtrainer Otto Baric beschäftigt, wird wohl eine öffentlich bekannte Person und ihr Einfluss auf den Erfolg einer Fußballmannschaft thematisiert – was durchaus Gegenstand öffentlichen Interesses ist. Dies ist jedoch nicht hinreichend, um mit positivem

⁵²¹ Profil 15/2005, S. 54 f.

⁵²² Vgl. Profil 15/2005, S. 54 f.

⁵²³ Profil 15/2005, S. 54.

⁵²⁴ Vgl. Profil 15/2005, S. 54 f.

⁵²⁵ Profil 15/1999, S. 66.

⁵²⁶ Vgl. Profil 15/1999, S. 66 ff.

⁵²⁷ Profil 15/1999, S. 104.

Themensetting zu codieren, besitzt der Beitrag doch keinerlei Aktualität in Bezug auf die Gesellschaft bzw. ein gesellschaftliches Problem.⁵²⁸

Unterkategorie *positives Themensetting* – Methodenkritik

Im Gegensatz zu vorher bietet die nunmehrige Kategorie die Möglichkeit, journalistische Qualität nicht nur zu falsifizieren, sondern zu verifizieren. Es besteht ein klarer Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des Aufgreifens von Themen mit latenter Aktualität in Bezug auf die Gesellschaft und der Qualität des Mediums.

Was die Validität der Ergebnisse anlangt, ist diese als hoch zu bewerten, da ein Bezug zu latenter gesellschaftlicher Aktualität immer eindeutig erkennbar ist. Der Einwand, dass die Ergebnisse vorhersehbar seien, da Nachrichtenmagazine aus ihrer gattungsspezifischen Anlage gesellschaftliche Probleme geradezu thematisieren *müssen*, lässt das Ziel dieser Untersuchung unberücksichtigt – nämlich die Messung von journalistischer Qualität im Allgemeinen. Die Realisierung der gattungsspezifischen Qualitätsanforderungen eines Nachrichtenmagazins steht hingegen nicht zur Diskussion.

9.4.3 Codierregel für Kategorie Themensetting

Die Operationalisierung journalistischen Qualität aufgrund des Themensettings fußt auf zwei einander entgegen gesetzten Unterkategorien:

- Einerseits wird mit der Identifizierung von Themen, die für populäre Formen des Journalismus kennzeichnend sind, nach *Indizien* für schlechte Qualität gesucht. Damit lässt sich ein Mangel an journalistischer Qualität jedoch nur dann nachweisen, wenn das Thema *zusätzlich* keinerlei gesellschaftliche Relevanz besitzt.
- Ist Letzteres jedoch nachweisbar (*positives Themensetting*), kann keine negative Gesamtbeurteilung hinsichtlich eines Beitrags mehr erfolgen,

⁵²⁸ Profil 15/1999, S. 104 f.

denn die gesellschaftliche Relevanz eines Themas ist ein eindeutiges Merkmal journalistischer Qualität und daher höher zu bewerten.

Für die Kategorie Themensetting lässt sich folgende Operationalisierungsregel definieren: *Ein Beitrag ist im Hinblick auf die Auswahl seines Themas in jedem Fall dann als qualitativ gut zu bewerten, wenn es sich um ein Thema mit gesellschaftlicher Relevanz handelt. Ist dies nicht der Fall und es handelt sich um ein für populäre Medien kennzeichnendes Thema, ist ein Beitrag als qualitativ schlecht zu bewerten. Der mittlere Fall lässt keine Aussage zu.*

Themensetting – Codiervorschrift:

C 4.1: Positives Themensetting nachgewiesen (Codierung C 4.2.1)

C 4.2: Weder positives noch negatives Themensetting nachgewiesen (Codierung C 4.1.2 und gleichzeitig C 4.2.2)

C 4.3: Negatives Themensetting nachgewiesen, gleichzeitig kein positives Themensetting nachweisbar (C 4.1.1 und gleichzeitig C 4.2.2)

Ergebnisse aus der Kategorie Themensetting

Die intensive Stichprobe aus dem Jahr 2008 ergibt, dass von den 68 untersuchten Beiträgen 65 hinsichtlich ihres Themensettings als positiv zu bezeichnen sind. Weitere zwei Beiträge sind der mittleren Aussage zuzuordnen und lediglich ein einziger Beitrag (wenig aussagekräftiger Anteil in %: 1,5) ist hinsichtlich der Kategorie Themensetting als schlecht einzustufen.

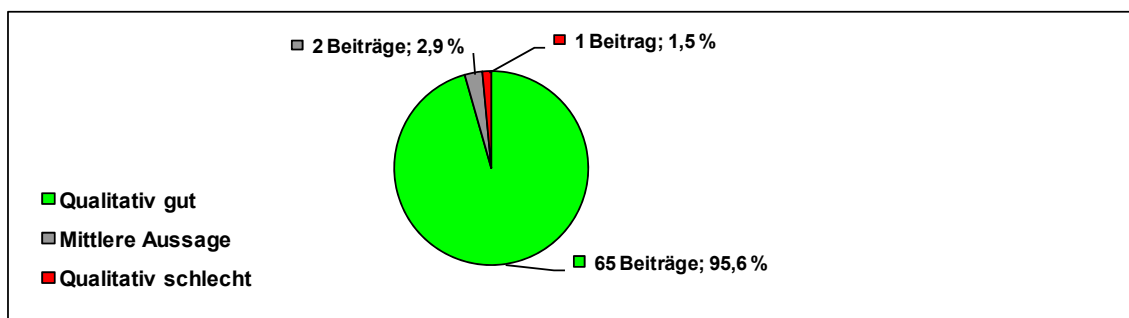


Abb. 42: Ergebnisse für die Kategorie Themensetting (Intensivstudie 2008)

Für die Jahre 1999 bis 2008 müssen in dieser Kategorie lediglich vier Beiträge als qualitativ schlecht bezeichnet werden. Dies entspricht einem Anteil von 1,5 %. Die geringe Anzahl an Fällen lässt keine weiteren Aussagen hinsichtlich der Verteilung auf einzelne Jahre oder gar Tendenzen zu.

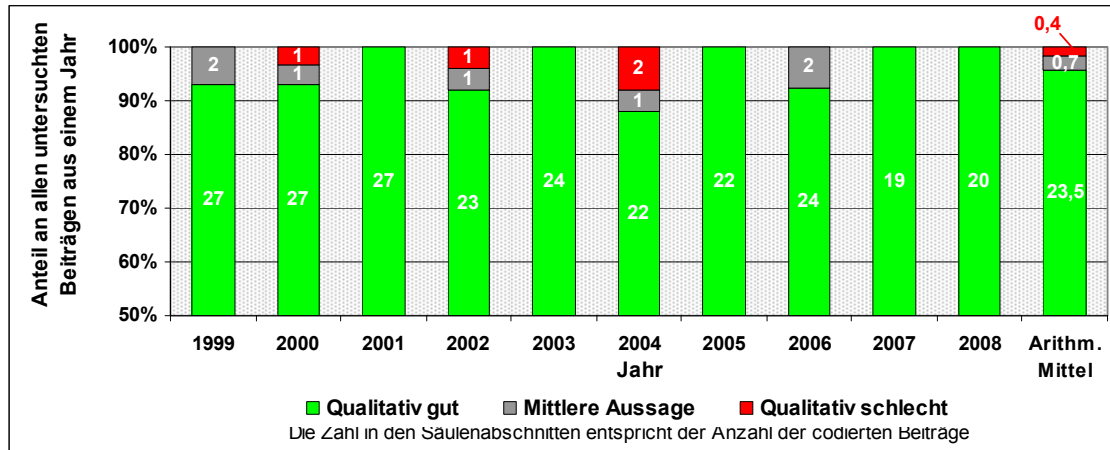


Abb. 43: Ergebnisse für die Kategorie Themensetting (Längsschnittuntersuchung 1999 bis 2008)

Codierung *Themensetting* – Details, Erfahrungen, Probleme

Wie sehen jene fünf Beiträge aus, die hinsichtlich Themensetting als *qualitativ schlecht* eingestuft werden? Es lohnt ein Blick auf die Themen:

- Titel: „Spiel mit der Gesundheit“⁵²⁹ / Thema: Die Gesundheit des Handballtrainers Gunnar Prokop / Darstellungsform: Interview
- Titel: „Zwei Goldene, das ist nicht viel“⁵³⁰ / Thema: Die Karriere des Skirennläufers Hermann Maier / Darstellungsform: Interview
- Titel: „Alles Schumi oder was?“⁵³¹ / Thema: Formel 1 / Darstellungsform: Kurzreportage als Satellitenbeitrag zu einem Interview mit Christian Klien
- Titel: „Stimmengewinne“⁵³² / Thema: Berühmte Opernsänger / Darstellungsform: Kurze Reportage mit zwölf angeschlossenen Kurzporträts

⁵²⁹ Profil 10/2000, S. 130.

⁵³⁰ Profil 10/2002, S. 82.

⁵³¹ Profil 10/2004, S. 97.

⁵³² Profil 15/2004, S. 127.

- Titel: „Tod in der Tiefe“⁵³³ / Thema: Unfälle mit Haien / Darstellungsform: Magazin-Story mit zwei erläuternden Satellitenbeiträgen

Alle diese Beiträge vereinigen zwei Umstände in sich: Sie bauen auf einem *Trivialmythos* auf, der Beitrag besitzt jedoch *keinerlei gesellschaftliche Relevanz*. Auffällig ist, dass es sich in drei Fällen um Themen aus der Welt des *Sports* handelt. Es liegt also die Vermutung nahe, dass „Profil“ Kompromisse bei der Qualität der Themenauswahl macht, wenn es um das Thema Sport geht.

Kategorie *Themensetting* – Methodenkritik

Die Verknüpfung der beiden Unterkategorien ist angreifbar, ist doch keineswegs sichergestellt, dass für den Rezipienten aufgrund seiner ubiquitären Nutzungsmöglichkeit⁵³⁴ positives Themensetting übergeordnete Relevanz besitzt. Ein gesellschaftliche Aktualität beinhaltender Beitrag über Sexualität beispielsweise kann von einer bestimmten Leserschicht durchaus mehrheitlich aus einem rein voyeuristischen Aspekt konsumiert werden

Wenn Agenda-Setting, wie allgemein angenommen wird, die Einstellungen der Rezipienten nachhaltig beeinflusst, sind bis zu einem gewissen Grad auch einzelne Komponenten in der Lage, Einfluss zu nehmen. Besitzt also ein Beitrag eine ‚gute‘ und eine ‚schlechte‘ Komponente, lässt sich nur vermuten, welche Ausprägung in der Auswirkung auf den Rezipienten überwiegt.

Auch ist die *mittlere Aussage* auf der gewählten Ordinalskala angreifbar, denn es ist nicht klar, ob es sich tatsächlich um einen ‚neutralen‘ Wert hinsichtlich journalistischer Qualität handelt, oder ob damit bereits eine Falsifizierung von guter Qualität einhergeht.

⁵³³ Profil 20/2008, S. 88.

⁵³⁴ Vgl. Haller, Michael: Qualität und Benchmarking ... a. a. O., S. 184.

9.5 Exemplarische Darstellung einer nicht heranziehbaren Kategorie: die Trennungsnorm

Die Häufigkeit der *Verletzung der Trennungsnorm* gilt als zulässiges Kriterium bei der Bemessung journalistischer Qualität.⁵³⁵ Ausdruck dieser Meinung sind zahlreiche Studien, deren Gegenstand die Vermischung von Nachricht und Meinung ist.⁵³⁶

Dementsprechende Ansichten findet man in zahlreichen Kriterienkatalogen, in den Ranglisten der Journalistenforen,⁵³⁷ aber auch im magischen Vieleck Ruß-Mohls. Letzterer ordnet die Trennungsnorm der Kategorie *Objektivität* unter.⁵³⁸

Die Verletzung der Trennungsnorm kann sowohl in expliziter als auch in impliziter Form erfolgen. In diesem Zusammenhang bedeutet

- *Explizite Vermischung*: in einer Nachricht treten eindeutig wertende Begriffe und Formulierungen auf;
- *Implizite Vermischung*: Nachrichten werden einseitig und verzerrend ausgewählt oder aufgemacht.⁵³⁹

Während explizite Verstöße gegen die Trennungsnorm offensichtlich auszumachen sind, bedarf der Nachweis einer impliziten Vermischung von Kommentierung und Nachricht eines Vergleichs zwischen Berichterstattung und Realität.

Obwohl eine solche Vorgangsweise definitorisch über den Rahmen dieser Arbeit hinausgeht, würde immerhin das Vorhandensein einer expliziten Meinungsäußerung, also einer Stellungnahme „zu einem Sachverhalt, der dadurch positiv oder negativ charakterisiert wird“, ⁵⁴⁰ untersucht werden können.

⁵³⁵ Vgl. Huber, Christian: Nachricht und Meinung ... a. a. O., S. 153 ff.

⁵³⁶ Vgl. beispielsweise Donsbach, Wolfgang/Büttner, Karin: Boulevardisierungstrend ... a. a. O.

⁵³⁷ Vgl. beispielsweise Erhart, Verena: Qualitätsjournalismus ... a. a. O., S. 12.

⁵³⁸ Vgl. Ruß-Mohl, Stephan: Der I-Faktor ... a. a. O., S. 96.

⁵³⁹ Vgl. Schönbach, Klaus: Trennung von Meinung und Nachricht ... a. a. O., S. 26.

⁵⁴⁰ Kepplinger, Hans Mathias: Publizistikwissenschaftliche Aspekte der Meinungsvielfalt. In: Brosius, Hans-Bernd/Fahr, Andreas/Zubayr, Camille (Hrsg.): Meinung, Meinungsvielfalt, Meinungsrelevanz. Interdisziplinäre Perspektiven. München, 1996, S. 25–43, hier S. 26.

Dies könnte zum Beispiel durch die Identifizierung eindeutig positiv oder negativ wertender Attribute erfolgen.

Auch das Mittel der *Ironisierung* ist als Form der Meinungsäußerung zu werten. „Mithilfe der Ironie wird durch den Journalisten eine Aussage erkennbar in Frage gestellt, wobei der Leser zu einer Wertung veranlasst werden soll, die zu dem Bedeutungsinhalt genau konträr ist“.⁵⁴¹

Dies kann, in Anlehnung an Früh, an mehreren Kennzeichen abgelesen werden:

- Statusabwertung der Quelle
- Redundante Zitatzeichensetzung – der Autor setzt einzelne Passagen unter Anführungszeichen und kennzeichnet diese somit als der eigenen Überzeugung widersprechend.
- Wortwahl, die trotz Umstrittenheit eines Arguments ausdrücklichen Gültigkeitsanspruch erhebt, z.B. als Einleitung „wie sollte es auch anders sein,...“⁵⁴²

Die grundsätzliche Operationalisierung lässt sich über die Einteilung von journalistischen Darstellungsformen erzielen, wobei definitorisch zwischen meinungsbetonten und tatsachenbetonten Formen zu unterscheiden ist.

Demnach wären

- „tatsachenbetonte Formen: Nachricht, Meldung, Bericht, Magazin-Story, Reportage, Feature, Dokumentation, Wortlaut-Interview, Foto;
- meinungsbetonte Formen: Leitartikel, Kommentar, Glosse, Kolumne, Porträt, Essay, politische Karikatur und Comic, Rezension“.⁵⁴³

Die Wahl der Darstellungsform durch den Journalisten ist von einer Vielzahl von Faktoren abhängig, bestimmend ist, „welche Inhalte in welcher Form, mit

⁵⁴¹ Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 250.

⁵⁴² Vgl. Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 250 f.

welcher Dringlichkeit, in welchem Umfang und mit welcher Platzierung für welches Verbreitungsmedium und welches Publikum angeboten werden“.⁵⁴⁴

Für diese Untersuchung, die ja Aussagen über die Zeitschrift „Profil“ insgesamt treffen möchte, ist es an und für sich unerheblich, welcher exakten Darstellungsform eine Analyseeinheit zuzurechnen ist. Allerdings kommt eine Untersuchung der Verwirklichung der Trennungsnorm nicht ohne die genaue Betrachtung von Darstellungsformen, die meinungs-affine Bestandteile enthalten (dürfen), aus.

Im Falle eines Nachrichtenmagazins ist dies überaus problematisch. Kern dieses Problem ist die in dieser Zeitschriftengattung dominierende Darstellungsform, die *Magazin-Story*, für die Reumann folgende Merkmale definiert:

- Der Einstieg ist als These formuliert.
- Weitere Einzelinformationen verfolgen das Ziel, diese These zu erhärten und zu illustrieren und
- wirken daher wie ein Kommentar oder eine Nachricht.
- Harte Informationen hingegen werden häufig in Satelliten-Beiträgen untergebracht.⁵⁴⁵

Weitere Darstellungsformen, die die Einhaltung der Trennungsnorm als Kriterium problematisch erscheinen lassen, sind die *Reportage*, das *Feature* sowie das *Interview*.

- „Die *Reportage* zählt grundsätzlich zu den tatsachenbetonten Darstellungsformen, ist jedoch persönlich gefärbt und vermittelt so Erlebnisse, an denen der Adressat quasi teilnimmt“.⁵⁴⁶ Die Reportage erfolgt entweder als authentischer Bericht über ein Ereignis oder als

⁵⁴³ Reumann, Kurt: Journalistische Darstellungsformen ... a. a. O., S. 130.

⁵⁴⁴ Ebd.

⁵⁴⁵ Vgl. Reumann, Kurt: Journalistische Darstellungsformen ... a. a. O., S. 149 f.

⁵⁴⁶ Reumann, Kurt: Journalistische Darstellungsformen ... a. a. O., S. 150.

Milieustudie, die durch die Beschreibung von Handlungen bereichert wird.⁵⁴⁷

- Das *Feature* ist der Reportage ähnlich, berichtet jedoch weniger über konkrete Situationen, sondern stellt die Übersetzung abstrakter Sachverhalte ins Konkrete in den Vordergrund. Ansonsten ist es der Reportage wesensgleich und wird von manchen Autoren typologisch gleichgesetzt.⁵⁴⁸
- Zuletzt ist hier das *Interview* zu nennen, also eine Befragung, die das Ziel verfolgt, persönliche Informationen oder Sachverhalte zu ermitteln. In Interviews wird nicht nur die Meinung von Experten erhoben, vielmehr wird versucht, durch ein Frage- und Antwortspiel die Persönlichkeit eines Menschen zu ergründen. In letzterem Fall gerät der Befragende zuweilen in die Position eines ‚Zweikämpfers‘, der gezwungen ist, den Befragten aus sich herauszulocken.⁵⁴⁹

In allen vier zuletzt genannten Darstellungsformen – Magazin-Story, Reportage, Feature und Interview – besitzt die Feststellung expliziter Verstöße gegen die Trennungsnorm somit wenig Aussagekraft; handelt es sich doch um tatsachenbetonte Darstellungsformen, die nichts desto trotz die persönliche Meinungsäußerung des Autors zum Stilmittel erheben.

Die inhaltsanalytische Untersuchung der Einhaltung der Trennungsnorm besitzt damit jedoch insgesamt eine zu geringe Validität, konkret gesprochen: Sie misst nicht das, was sie messen soll, nämlich journalistische Qualität.⁵⁵⁰

⁵⁴⁷ Vgl. Reumann, Kurt: Journalistische Darstellungsformen ... a. a. O., S. 150.

⁵⁴⁸ Vgl. ebd.

⁵⁴⁹ Vgl. Reumann, Kurt: Journalistische Darstellungsformen ... a. a. O., S. 152 f.

⁵⁵⁰ Vgl. Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 196.

10 Zusammenfassung

Die in dieser Arbeit präsentierte empirische Studie verfolgt den Zweck, Anhaltspunkte zu liefern, in welcher Form eine inhaltsanalytisch begründete Bewertung journalistischer Qualität möglich ist. Die ‚Probe aufs Exempel‘ erfolgt mittels einer zweiteiligen Untersuchung des Nachrichtenmagazins „Profil“, bestehend aus einer Intensivstudie des Jahres 2008 sowie einer Längsschnittanalyse der Jahre 1999 bis 2008.

Der Untersuchung zugrunde liegen acht Arbeitshypothesen, wobei je vier den beiden Untersuchungsbestandteilen zuzurechnen sind. In dieser Zusammenfassung sollen zunächst die Ergebnisse hinsichtlich dieser Hypothesen zusammengefasst werden, danach folgt eine kritische Betrachtung dieser Studie bzw. verschiedener Merkmale der Inhaltsanalyse, am Ende schließen sich Hinweise auf mögliche ergänzende und weiterführende Studien an.

10.1 Ergebnisse hinsichtlich der Hypothesen

10.1.1 „Profil“ in seiner aktuellen Verfassung – das Jahr 2008

Die Stichprobe aus dem Jahr 2008 umfasst 68 analysierte Beiträge, deren Analyse die Grundlage der Untersuchungsergebnisse bildet. Es soll die zu Beginn des Kapitels 8.1 in den Raum gestellte Generalhypothese bewiesen werden, wonach es sich bei „Profil“ in seiner aktuellen Verfassung um ein Qualitätsmedium handle. Der Variablen *journalistische Qualität* werden hierfür vier Dimensionen zugeordnet, analog zu jeder Dimension wird eine Hypothese erstellt und die Richtigkeit der Hypothesen letztlich aufgrund der Ergebnisse der inhaltsanalytischen Arbeit bewertet. Aufgrund der in Kapitel 9 detailliert dargestellten Resultate werden in Folge die einzelnen Hypothesen beurteilt:

Hypothese 1.1:

Das aktuelle „Profil“ bedient sich einer Sprache, die für gute journalistische Qualität als typisch erachtet werden kann.

Die Untersuchung hat ergeben, dass in lediglich zwei der 68 untersuchten Beiträge – das sind 2,9 % – die Sprachqualität hinsichtlich der beiden Unterkategorien *Sprachfehler* und *Populärstil* zu beanstanden ist. Dieser überaus geringe Anteil an Mängel lässt die Aussage zu, dass die derzeitigen Beiträge des „Profil“, abgesehen von unwesentlichen ‚Ausreißern‘, unter Berücksichtigung der Kriterien für gute journalistische Sprachqualität verfasst sind. Somit kann die Hypothese als bewiesen angesehen werden.

Hypothese 2.1:

„Profil“ respektiert die journalistischen Handwerksregeln, die für ein Qualitätsmedium unabdingbar sind.

Die Untersuchung, inwieweit die Beiträge unter Beachtung der journalistischen Handwerksregeln erstellt werden, ergibt eine zu 100 % positive Bewertung. In den Beiträgen finden sich sowohl die zu erwartenden Antworten auf die *W-Fragen*, wie auch auf *Ausgewogenheit* geachtet wird. Die Hypothese kann daher uneingeschränkt als verifiziert gelten.

Hypothese 3.1:

„Profil“ bietet Information an, die dem Rezipienten die Inhalte in einer für ein Qualitätsmedium typischen Art und Weise aufzubereiten und zu verdeutlichen in der Lage sind.

Auch in dieser, für die Untersuchung mit dem Begriff *Informationsdichte* versehenen Kategorie sind die Merkmale für gute journalistische Qualität hinsichtlich *Abstraktion* und *Anschaulichkeit* in sämtlichen 68 Beiträgen nachweisbar. Der Hypothese ist somit vollinhaltlich zuzustimmen.

Hypothese 4.1:

„Profil“ wählt Themen, die für das Gegenteil von Qualitätsmedien kennzeichnend sind, nur dann aus, wenn sie gesellschaftliche Relevanz besitzen und latente Aktualität aufweisen.

Für die Beweisführung hinsichtlich dieser Hypothese wird das *Themensetting* bei „Profil“ untersucht. Wohl werden in fast 9 % der Beiträge Themen bearbeitet, die kennzeichnend für Boulevard- und andere Populärmedien sind. Doch in nahezu allen Fällen (fünf von sechs) handelt es sich um Themen von gesellschaftlicher Relevanz bzw. latenter Aktualität. Somit verbleibt ein einziger von 68 Beiträgen, dem ein Widerspruch zu der Hypothese innewohnt. Letztere kann mit einem Bestätigungsgrad von über 98 % als verifiziert gelten.

Generalhypothese:

Das Nachrichtenmagazin „Profil“ kann als Qualitätsmedium bezeichnet werden.

Die auf der Untersuchung von 68 Beiträgen aufbauende Intensivstudie der „Profil“-Ausgaben aus 2008 ergibt hinsichtlich sämtlicher Kategorien ein einheitliches Bild: „Profil“ kann nach allen Kriterien, deren Erfüllung in dieser Studie erhoben wird, als *Qualitätsmedium* bezeichnet werden. Eine verschwindend kleine Anzahl an Verfehlungen bei der Sprachqualität, vollständige Beachtung der journalistischen Handwerksregeln, die Vermittlung einer hohen Dichte an Informationen sowie eine für ein Qualitätsmedium typische Auswahl an Themen sind für „Profil“ kennzeichnend. Somit kann auch die Generalhypothese als verifiziert gelten.

10.1.2 Veränderungen des „Profil“ hinsichtlich journalistischer Qualität in den letzten zehn Jahren

Aus den Jahren 1999 bis 2008 berücksichtigt die Studie eine Stichprobe im Ausmaß von 246 Beiträgen. Die Anzahl der Beiträge für jedes dieser Jahre schwankt aufgrund einer sich verändernden Inhaltsstruktur zwischen 29 Beiträgen (Jahr 1999) und 19 Beiträgen (Jahr 2007).

Ziel dieser Längsschnittanalyse ist die Beweisführung hinsichtlich vier Hypothesen, die wiederum einer vorangestellten Generalhypothese folgen: Es soll nachgewiesen werden, dass innerhalb der letzten zehn Jahre keine spürbare Veränderung hinsichtlich der journalistischen Qualität des „Profil“ erkennbar ist.

Hypothese 1.2:

Die Sprache von „Profil“ hat sich, bezogen auf Qualitätskriterien, seit 1999 nicht verändert.

Im Zuge der Längsschnittanalyse 1999 bis 2008 sind lediglich in einem einzigen Beitrag *Sprachfehler* festzustellen. Gleichzeitig erfolgt in fünf Fällen eine negative Codierung in der Unterkategorie *Populärstil*. Insgesamt werden sechs Beiträge hinsichtlich der Sprachqualität negativ beurteilt, wobei sämtliche Fälle aus der ersten Hälfte des Untersuchungszeitraums stammen, fünf von sechs gar aus den ersten beiden Jahren. Die insgesamt geringe Anzahl an Fällen lässt zwar keine eindeutige Aussage zu, liefert jedoch Anhaltspunkte, die Hypothese als falsifiziert anzusehen.

Hypothese 2.2:

„Profil“ respektiert die journalistischen Handwerksregeln seit 1999 in gleicher Art und Weise.

In der Kategorie *Handwerksregeln* begründen sich Beanstandungen untersuchter Beiträge fast ausschließlich aus der Unterkategorie *Ausgewogenheit*. Während hinsichtlich der Beantwortung der *W-Fragen* nur zwei Beiträge negativ auffallen – eindeutig zu wenig für eine Bewertung der Hypothese – werden immerhin sieben Beiträge als nicht ausgewogen eingestuft. Alle sieben Fälle stammen aus der ersten Hälfte des Untersuchungszeitraums, also aus der Zeit 1999 bis 2003. Ähnlich wie in der Abwägung der Hypothese 1.2 ist auch dieses Ergebnis ein vorsichtiges Indiz dafür, dass sich die Qualität der Arbeit des „Profil“ verbessert hat. Die Hypothese ist daher als nicht verifiziert zu betrachten.

Hypothese 3.2:

Die Art und Weise, die Inhalte von Informationen für den Rezipienten aufzubereiten und zu verdeutlichen, hat sich, wenn man dies an Kriterien für Qualitätsmedien bemisst, bei „Profil“ in den letzten zehn Jahren nicht verändert.

Die für die Operationalisierung gebildete Kategorie *Informationsdichte* liefert ein für „Profil“ auch im Rückblick auf die letzten zehn Jahre erfreuliches Ergebnis, finden sich in den 246 untersuchten Beiträgen doch lediglich drei Fälle, die nicht das halten, was ein Qualitätsmedium verspricht. Aufgrund der geringen Anzahl an gefundenen – noch dazu über die Jahre gleichmäßig verteilten – Fälle lässt sich diese Hypothese als bewiesen ansehen.

Hypothese 4.2:

Wenn im Zeitraum seit 1999 von „Profil“ Themen ausgewählt werden, die für das Gegenteil von Qualitätsmedien kennzeichnend sind, dann immer nur, wenn sie gesellschaftliche Relevanz besitzen und latente Aktualität aufweisen.

Zunächst fallen große Schwankungen hinsichtlich des Anteils von Beiträgen mit *negativem Themensetting* auf. Dieser ist nach 2004 stark gefallen und erst im Jahr 2008 – bezogen allerdings auf die Ergebnisse der Intensivstichprobe – wieder in Richtung des langjährigen Mittelwerts (ca. 12 %) angestiegen. Doch ist dieses Detailergebnis, wie oben dargestellt, für sich alleine betrachtet nicht als Grundlage einer Qualitätsbeurteilung anzusehen.

Wesentlich ist die Frage, wie oft ‚un-qualitative‘ Themen gewählt werden, die keinerlei gesellschaftlichen Bezug aufweisen. Und hier müssen für die Jahre 1999 bis 2008 lediglich vier Beiträge als qualitativ schlecht bezeichnet werden, was einem Anteil von 1,5 % entspricht. Diese geringe Anzahl an Fällen, die noch dazu auf mehrere Jahre gleichmäßig verteilt sind, spricht für die Richtigkeit der Hypothese, die somit als verifiziert gelten kann.

Generalhypothese:

Innerhalb der letzten zehn Jahre ist keine spürbare Veränderung hinsichtlich der journalistischen Qualität des „Profil“ erkennbar.

Zwei der vier Hypothesen, die maßgebend für eine Antwort auf diese Generalhypothese sind, lassen deren Richtigkeit anzweifeln. Die mittels der Kategorien *Sprachqualität* und *Handwerksregeln* erzielten Ergebnisse weisen darauf hin, dass die journalistische Qualität des „Profil“ sich sehr wohl verändert – nämlich verbessert – hat.

Auch wenn man die Gesamtzahl jener Beiträge vergleicht, die Anlass zu Beanstandungen geben, fällt auf, dass 15 der insgesamt 20 Fälle (75 %) aus der ersten Hälfte des Zeitraums stammen, weitere fünf Fälle aus den beiden Jahren danach (2004 und 2005). Für die letzten drei Jahre hingegen kann kein einziger Beitrag gefunden werden, der eine negative Beurteilung hinsichtlich journalistischer Qualität aufweist.

Bei aller gebotenen Vorsicht kann gesagt werden, dass die journalistische Qualität des „Profil“ sich insgesamt verbessert hat, wobei eine signifikante Bruchlinie zwischen 2004 und 2005 zu liegen scheint.

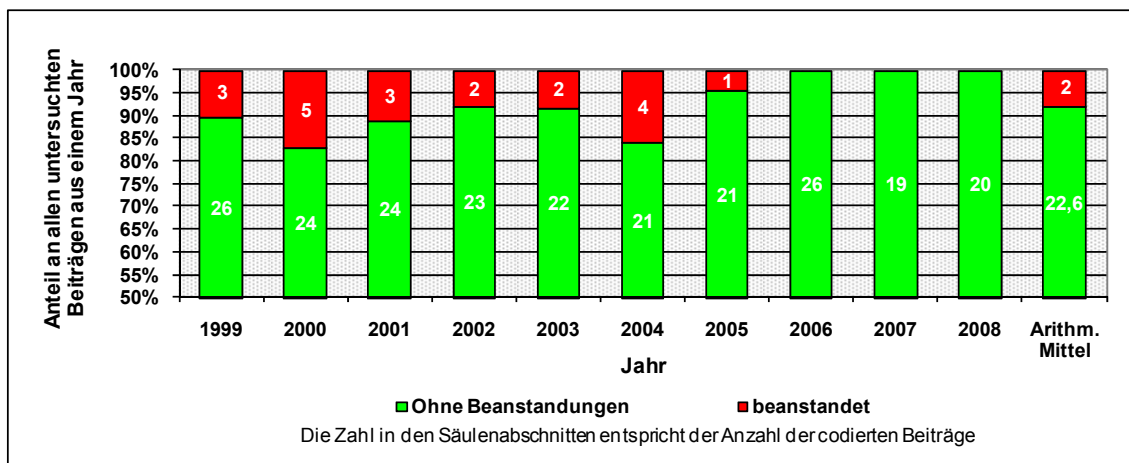


Abb. 44: Beiträge mit Beanstandungen hinsichtlich journalistischer Qualität (Längsschnittuntersuchung 1999 bis 2008)

10.2 Kritische Betrachtung der Vorgangsweise in dieser Studie

Abgesehen von der konkreten Umsetzung der Inhaltsanalyse mittels einer Untersuchung ausgewählter Ausgaben des „Profil“ zielt die vorliegende Arbeit auf die Beantwortung der Frage ab, ob bzw. wie sich eine auf dem Stand der journalistischen Qualitätsforschung aufbauende *inhaltsanalytische Untersuchung* erarbeiten und durchführen lässt.

Grundsätzlich lässt sich dazu sagen, dass sich die inhaltsanalytische Untersuchung, wie sie in hier durchgeführt worden ist, als praktikables Instrument erwiesen hat: Es ist gelungen, all jene Kriterien aus der Literatur einzubeziehen, die innerhalb der definierten Grenzen der Arbeit messbar zu machen sind.

Doch im Zuge des Aufbaus der Analyse, wie auch bei der Bearbeitung der aufgestellten Kategorien bzw. Unterkategorien haben sich aus methodenkritischer Sicht Fragen und Vorbehalte aufgeworfen. Dies betrifft zuallererst die Auswahl der zulässigen Beurteilungszugänge, vor allem jene einer hermeneutischen Betrachtungsweise.

Insbesondere auf der syntaktischen – der innersten – Ebene, bedarf die Untersuchung – dies hat sich bereits zu Beginn der Kategorienbildung gezeigt – der Einbeziehung hermeneutischer oder ähnlicher textbezogener Möglichkeiten, um Aussagen zu Qualitätsmerkmalen zuzulassen. Zwar lassen sich bestimmte Merkmale auch ohne einen solchen Zugang festmachen, die Anzahl an Einzelmerkmalen ist jedoch ein zu schwacher Gradmesser für eine gültige Aussage darüber, ob eine Analyseeinheit – ein einzelner Beitrag ebenso wie eine ganze Ausgabe – in Summe *Qualität besitzt*.

Diese scheinbare ‚Hintertüre‘ zu einer ‚freien Entscheidung‘ des Codierers ist aber nur zu rechtfertigen, wenn die Analysearbeit unter Einhaltung strikter *Codierregeln*, vor allem aber: von *geeigneten Codierern* durchgeführt wird. Es hat sich nämlich gezeigt, dass in einigen der untersuchten Dimensionen eine Codierung nur aufgrund gattungsspezifischer Merkmale des Mediums erfolgen

kann, da sie die Erwartungshaltung und das Rezeptionsverhalten des Lesers zu berücksichtigen hat. Der Codierer muss also gleichsam in die Rolle des ‚Max Mustermann‘ schlüpfen und obendrein für wenige Minuten den eigenen durch einen angenommenen Bildungsstand zu ersetzen in der Lage sein.

Interessant erscheint die Frage, ob die in manchen Kategorien nur in äußerst geringer Anzahl gefundenen Beanstandungen darauf hinweisen, dass die Methode zu wenig Treffsicherheit hat, weil sie gegenüber dem Untersuchungsgegenstand zu ‚milde‘ ist. Doch es zeigen die Ergebnisse immerhin für jede Kategorie Resultate an, wenn auch nicht in gleichmäßiger Anzahl. So sind jene Kategorien, die man einem Nachrichtenmagazin als *must* zuschreibt – richtige Themenauswahl, eingehende Beschäftigung mit dem Thema – seltener beanstandet worden als die Qualität des ‚inneren Kerns‘ (der Sprachqualität und der journalistischen basics). Gerade dies spricht für die Validität der Studie insgesamt.

Auch die *Homogenität der Codiereinheiten* kann Auslöser kritischer Überlegungen sein. Reicht doch der Bogen der Merkmale vom eindeutigen Vorhandensein bestimmter Wörter über den Sinnzusammenhang, der nur im Zuge längerer Überlegungen extrahiert werden kann, bis hin zur Notwendigkeit, Handlungsstränge eines Textes im Hinblick auf die Bedeutung eines Themas für den durchschnittlichen Rezipienten zu beurteilen. Doch einer solchen Kritik ist der Anspruch dieser Arbeit entgegenzuhalten, *sämtliche* inhaltsanalytisch messbar zu machenden Qualitätskriterien einzubeziehen. Die Inhomogenität der Codiereinheiten ist bei einer derartigen Studie somit als inhärent zu betrachten.

Aus einer *systemtheoretischen* Position heraus kann kritisiert werden, dass die Studie im Übermaß den ‚Zeigefinger‘ erhebt und sich Vorstellungen von einem qualitativ guten Journalismus bedient, die auf der normativen Ebene angesiedelt sind. Doch dies lässt sich nur unter einem eingeschränkten Blickwinkel rechtfertigen: wohl entspringen *Forderungen* – insbesondere jene, die die öffentliche Aufgabe des Journalismus begründen – einer vorwiegend

normativen Sichtweise, doch lassen sich so gut wie alle Qualitätskriterien auch mit spezifischen Anforderungen eines gesellschaftlichen Systems begründen.⁵⁵¹

Der fundamentalste Kritikpunkt ist und bleibt die Frage, *ab welcher Grenze* man denn überhaupt von einem journalistischen Qualitätsprodukt sprechen kann. Die vorliegende Untersuchung erbringt günstiger Weise nur wenige Beanstandungen und erleichtert somit eindeutige Aussagen – die Mängel waren von so geringer Zahl, dass man „Profil“ nur schwer Qualität im Sinne dieser Untersuchung absprechen kann. Doch wie verhält es sich, wenn eine Studie fünf-, zehn oder 20-mal so viele Qualitätsmakel ans Licht bringt. Wo liegt die *kritische Grenze*? Welche Menge an schlechter Qualität kann sich ein Qualitätsmedium *erlauben*? Die Schwäche der Methode zeigt sich im ‚qualitativen Mittelfeld‘ der Medienlandschaft – am treffsichersten ist sie bei den ‚sehr guten‘ und ‚ganz schlechten‘ Produkten.

10.3 Mögliche ergänzende und weiterführende Untersuchungen

Die vorliegende Arbeit setzt sich zum Ziel, sämtliche inhaltsanalytisch messbaren Kriterien journalistischer Qualität einzubeziehen. Eingeschränkt wird dies jedoch, indem ein *Abgleich der konkreten Realität mit den Inhalten von Beiträgen* ausgeschlossen wird. Es wird also nach Beweisen für den Wahrheitsgehalt eines Beitrags explizit *nicht* gesucht. Weiterführende Arbeiten müssten konsequenterweise an dieser Stelle ansetzen und sich Fragen wie der Qualität der Recherche oder der Schnelligkeit der Berichterstattung annehmen.

Spezifische inhaltsanalytische Untersuchungen, unter teilweise Zuhilfenahme anderer Wissenschaftszweige, können bei der *ästhetischen Qualität* der Produkte, bei ihrem *Unterhaltungswert*, aber auch bei der *literarischen Qualität* von Texten ansetzen.

⁵⁵¹ Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 496 f.

Als eigener Forschungsbereich ist die Untersuchung der *Einstellung der Journalisten* und der daraus resultierende Einfluss auf das Produkt zu betrachten. „Was die Kommunikatoren angeht, so kann auf der Basis der ... Qualitätskriterien nach dem Qualitätsbewusstsein der Journalisten gefragt werden. Mögliche Defizite wären dann ein Hinweis auf Mängel bei der Journalistenausbildung, Interessant ist hier auch, danach zu fragen, was Journalisten über die Umsetzungsmöglichkeiten von Qualitätsvorstellungen in ihren Redaktionen denken. In der Kombination mit der Untersuchung der redaktionellen Organisationsstrukturen können so z. B. Erkenntnisse gewonnen werden, welche Strukturen der Produktion von Qualität förderlich sind.“⁵⁵²

Es wäre also in erster Linie die Analyse von *Qualitätssicherung*, die im Hinblick auf die Akteure und Medienunternehmen wichtige Erkenntnisse erbringen würde. Beispielhafte Forschungsfragen wären: Welches Unternehmens-Leitbild existiert und wie wird es mit Leben erfüllt? Welche Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten existieren? Erfolgt eine unternehmensgeleitete Meinungsbildung mit dem Ziel der Erhaltung und Verbesserung journalistischer Qualität? Spielen TQM-Systeme eine Rolle, die Produkt- und Dienstleistungsqualität mitberücksichtigen?

Das generelle Dilemma der Inhaltsanalyse zeigt Grenzen von Arbeiten wie dieser deutlich auf. Ohne ergänzende Methoden, so Früh, lassen sich „im strikten Sinne weder Wirkungen von Mitteilungen noch Eigenschaften und Absichten von Kommunikatoren nachweisen“.⁵⁵³ Die Inhaltsanalyse als Methode ist *alleine* niemals in der Lage, journalistische Qualität in ihrer Gesamtheit nachzuweisen. Die daraus gewonnenen Ergebnisse sind als notwendige, jedoch nicht hinreichende Bestandteile einer umfassenden Qualitätsbewertung zu betrachten.

⁵⁵² Vgl. Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus ... a. a. O., S. 503 f.

⁵⁵³ Früh, Werner: Inhaltsanalyse ... a. a. O., S. 45.

11 Nachwort

Ein wesentliches Ziel der Journalistik ist die Anwendung der Erkenntnisse auf die journalistische Praxis.⁵⁵⁴ Doch ist den Hauptdarstellern im Mediengeschäft das Thema Qualität – so wie es die Wissenschaft begreift – etwa schlicht und ergreifend *einerlei*?

Helmut Thoma betrachtet den Diskurs fast amüsierte Weise: „Qualitätsdebatten habe ich als RTL-Chef sicherlich Tausende geführt – mit Volksschullehrern genauso wie mit katholischen Landfrauen. Was habe ich mir da alles anhören müssen! Und trotzdem hat es Spaß gemacht, weil diese Qualitätsdebatten recht schnell zu gewinnen waren. Ganz einfach, weil keiner meiner vielen Gegner, die sich natürlich selbst allesamt für Hochniveauler hielten, in der Lage war, den Begriff ‚Qualität‘ ... klar zu definieren“.⁵⁵⁵

Wie definiert „Profil“-Herausgeber Rainer im Gespräch mit dem Verfasser journalistische Qualität?

Rainer: „Journalistische Qualität spannt einen breiten Bogen zwischen ‚Profil‘ und ‚Kronen-Zeitung‘! Jemand, der sagt, dass die ‚Kronen-Zeitung‘ keine journalistische Qualität besitzt, unterliegt einer Begriffsverwirrung.“

Verf.: „Woran könnte man das bemessen?“

Rainer: Ich würde es an der nachhaltigen Überlebensfähigkeit eines journalistischen Produkts messen. Allenfalls müsste man definieren, wann etwas aufhört, journalistisches Produkt zu sein. Selbst der Karstadt-Katalog weist oft Merkmale eines ‚Focus‘-Titelblatts auf, wenn es sich dabei auch ganz sicher nicht um Journalismus handelt.

Verf.: Heißt das, Sie fassen den Qualitätsbegriff in Bezug auf Medien vorwiegend ökonomisch auf?

Rainer: Rein persönlich habe ich zwar einen anderen Zugang, aber es ist mir wichtig zu betonen, dass *jede* Art von erfolgreichen Produkten Qualität besitzen kann. Nehmen wir die ‚Bild‘-Zeitung: Vielmehr als die ‚Krone‘ ist sie geradezu ein Benchmark für Boulevardjournalismus. Die Formulierung am sogenannten ‚Balken‘ ist hier so professionell, dass ich selbst nicht besser sein könnte – Stichwort: ‚Wir sind Papst‘.“⁵⁵⁶

⁵⁵⁴ Vgl. Weischenberg, Siegfried: Journalistik ... a. a. O., S. 13.

⁵⁵⁵ Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung 18/2009, S. 54.

Hat es sich die Wissenschaft in ihrem Elfenbeinturm wieder einmal zu gemütlich eingerichtet? Mitnichten – das Beispiel „Profil“ zeigt am besten, dass man journalistische Qualität umsetzen kann, wenn man sich an den Bedürfnissen einer Zielgruppe orientiert. Dessen ist sich auch Rainer bewusst:

„Würde ich mit ‚Profil‘ versuchen ‚mehr Masse‘ zu machen, wäre die Reichweite wohl doppelt so hoch, aber die Media-Analyse würde eine völlig andere Leserstruktur ausweisen. Inserenten würden uns in Scharen davonlaufen. Noch etwas: Mit ‚Profil‘ erreiche ich mit einiger Sicherheit Woche für Woche Österreichs Top 1000. ... Jeder Generaldirektor, jeder Minister, jeder Landeshauptmann weiß, was im ‚Profil‘ steht, davon kann ich ausgehen.“⁵⁵⁷

Es sind wohl die Kriterien, die die Wissenschaft im Zuge der seit einem Vierteljahrhundert geführten Qualitätsdebatte nachgewiesen hat, deren Einhaltung Qualitätsmedien wie „Profil“ in ihrem Segment erfolgreich machen. Möge daher die Journalistik vermehrt ihrer Funktion als Scharnier zwischen Kommunikationswissenschaft und Journalismus nachkommen und es sich zum Ziel nehmen, ihr Qualitätsverständnis im Bewusstsein der Verantwortlichen im Mediengeschäft nachhaltig zu verankern.

⁵⁵⁶ Aus dem Interview d. Verf. mit Rainer am 23.6.2009.

⁵⁵⁷ Ebd.

12 Abstract

Die Arbeit behandelt das Thema *journalistische Qualität* und setzt sich zunächst mit dem Stand der Forschung zu diesem Gegenstand auseinander. Seit Mitte der achtziger Jahre ist, parallel zum etwas früher einsetzenden Ethikdiskurs, eine breite Debatte feststellbar, die sich mit Kriterien und Messinstrumenten für journalistische Qualität auseinandersetzt.

Die Ansätze entstammen den unterschiedlichen Positionen innerhalb der Kommunikationswissenschaft und reichen demnach von normativen Forderungen an den Journalismus über systemtheoretische Perspektiven bis hin zu rein publikumsorientierten Zugangsweisen. Zahlreiche Modelle, unter denen das *Magische Vieleck* Ruß-Mohls den meistverbreiteten Ansatz darstellt, bilden die Grundlage einer wissenschaftlichen Annäherung an journalistische Qualität.

Zentraler Bestandteil der Arbeit ist eine Inhaltsanalyse des Nachrichtenmagazins „Profil“, die nicht nur die Aufgabe hat, Aussagen über die Qualität dieses Printmediums zu liefern, sondern deren Gestaltung und Durchführung Aufschlüsse über Möglichkeiten und Grenzen der Inhaltsanalyse bei der Messbarmachung journalistischer Qualität im Allgemeinen bringen soll.

Dabei erweist sich die Inhaltsanalyse als praktikables Instrument für eine auf konkreten Beiträgen bzw. Texten beruhende Operationalisierung journalistischer Qualität. Voraussetzung hierfür ist allerdings eine qualitative Zugangsweise, die sich sogar hermeneutischer Elemente bedient und damit in Widerspruch zu der Ansicht von Vertretern der quantitativen Inhaltsanalyse steht, wonach sich diese auf die Analyse des manifesten Teils einer Nachricht zu beschränken habe.

Ungeachtet solcher Differenzen ist jedoch festzustellen, dass die Inhaltsanalyse als einziges Instrument zur Feststellung journalistischer Qualität nicht ausreicht,

da mit ihr wesentliche Aspekte, vorrangig jene mit Blick auf Akteure und Medienunternehmen, außer Acht bleiben müssen.

Für das Nachrichtenmagazin „Profil“ stellt die Studie mittels einer Stichprobe aus dem Jahr 2008 fest, dass qualitativ gute journalistische Arbeit geleistet wird und „Profil“ – soweit dies mit der hier angewandten Methode nachweisbar ist – als Qualitätsmedium bezeichnet werden kann.

Auch eine Längsschnittuntersuchung der Jahre 1999 bis 2008 zeigt, dass „Profil“ über den ganzen Zeitraum auf hohem Qualitätsniveau arbeitet, wobei die wenigen nachgewiesenen Fälle von Verstößen gegen journalistische Qualität größtenteils aus der Zeit bis einschließlich 2004 stammen. Es ist also eine ‚Verbesserung auf hohem Niveau‘ zu erkennen.

13 Quellenverzeichnis

13.1 Analysematerial

Profil 5/1999.

Profil 10/1999.

Profil 15/1999.

Profil 5/2000.

Profil 10/2000.

Profil 15/2000.

Profil 5/2001.

Profil 10/2001.

Profil 15/2001.

Profil 5/2002.

Profil 10/2002.

Profil 15/2002.

Profil 5/2003.

Profil 10/2003.

Profil 15/2003.

Profil 5/2004.

Profil 10/2004.

Profil 15/2004.

Profil 5/2005.

Profil 10/2005.

Profil 15/2005.

Profil 5/2006.

Profil 10/2006.

Profil 15/2006.

Profil 5/2007.

Profil 10/2007.

Profil 15/2007.

Profil 5/2008.

Profil 10/2008.

Profil 15/2008.

Profil 20/2008.

Profil 25/2008.

Profil 30/2008.

Profil 35/2008.

Profil 40/2008.

Profil 45/2008.

Profil 50/2008.

13.2 Gedruckte Literatur

Ahlke, Karola/Hinkel, Jutta: Sprache und Stil. Ein Handbuch für Journalisten. Konstanz, 2000.

Altmeppen, Klaus-Dieter: Ist der Journalismus strukturell qualitätsfähig? Der Stellenwert journalistischer Organisationen, journalistischer Produkte und journalistischer Medien für die Qualität. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter. (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden, 2003, S. 113–128.

Arnold, Klaus: Qualität im Journalismus – ein integratives Konzept. In: Publizistik 4/1997, S. 488–508.

Bammé, Arno/Kotzmann, Ernst/Reschenberg Hasso (Hrsg): Publizistische Qualität. Probleme und Perspektiven ihrer Bewertung. München, 1993.

Bentele, Günter/Hesse Kurt R. (Hrsg.): Publizistik in der Gesellschaft. Konstanz, 1994.

Bentele, Günter/Haller, Michael (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen. Konstanz, 1997.

Berger, Ursula: "Sein oder Schein". Wenn die Grenzen zwischen Redaktionellem und Anzeigen verwischen, um die ökonomische Unabhängigkeit eines Medienunternehmens zu sichern und von ethischen Grundsätzen keine Rede mehr ist. Ein Vergleich der Nachrichtenmagazine News und Profil. Diplomarbeit, Wien, 2000.

Bonfadelli, Heinz. Medieninhaltsforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Konstanz, 2002.

Brawand, Leo: Blick zurück. Der Publizist als Verleger. Rudolf Augstein und die Gründer-Generation der Nachkriegsjahre. In: Reiter, Sibylle/Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.): Zukunft oder Ende des Journalismus? Publizistische Qualitätssicherung, Medienmanagement, redaktionelles Marketing. Gütersloh, 1994, S. 50–63.

Brosius, Hans-Bernd/Fahr, Andreas/Zubayr, Camille (Hrsg.): Meinung, Meinungsvielfalt, Meinungsrelevanz. Interdisziplinäre Perspektiven. München, 1996.

Bruck, Peter A. (Hrsg.): Das österreichische Format. Kulturkritische Beiträge zur Analyse des Medienerfolges „Neue Kronen Zeitung“. Wien, 1991.

Bucher, Hans-Jürgen: Journalistische Qualität und Theorien des Journalismus. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter. (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden, 2003, S. 11–34.

Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter. (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden, 2003.

Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter: Vorwort. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden, 2003, S. 7.

Bünting, Karl-Dieter: Einführung in die Linguistik. Frankfurt am Main, 1987.

Bürger, Jasmin: Qualitätskriterien im Online-Journalismus. Eine Evaluation ausgewählter österreichischer Online-Angebote. Diplomarbeit, Wien, 2002.

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Kommunikationswissenschaft. Wien, 1983.

Chmelir, Wolfgang/Scheschy, Wilfried: Auf Augenhöhe mit dem Leser. Der neue Lokaljournalismus als journalistische Qualität. In: Fabris, Hans Heinz/Rest, Franz (Hrsg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck, 2001, S. 157–168.

Dahlgren, Peter/Sparks, Colin (Hrsg.): Journalism and popular culture. London, 1992.

Debatin, Bernhard: Zwischen theoretischer Begründung und praktischer Anwendung. Medienethik auf dem Weg zur kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin. In: Publizistik 3/2002, S. 259–264.

Debatin, Bernhard/Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz, 2003.

Donsbach, Wolfgang: Journalist. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, 2009, S. 81–128.

Donsbach, Wolfgang/Büttner, Karin: Boulevardisierungstrend in deutschen Fernsehnachrichten. Darstellungsmerkmale der Politikberichterstattung vor den Bundestagswahlen 1983, 1990 und 1998. In: Publizistik 1/2005, S. 21–38.

Dorsch-Jungsberger, Petra E. (Hrsg.): Journalismus, Band 39. Konstanz, 2000.

Duchkowitsch, Wolfgang (Hrsg.): Journalismus als Kultur. Analysen und Essays. Opladen, 1998.

Dulinski, Ute: Sensationsjournalismus in Deutschland. Konstanz, 2003.

Elson, Robert T.: Time Inc.. The intimate history of a publishing enterprise. 1941–1960. Herausgegeben von Norton-Taylor, Duncan. New York, 1973.

- Erhart, Verena: Qualitätsjournalismus am Beispiel der New York Times. Is all the news really fit to print? Eine kritische Untersuchung über die New York Times als Beispiel einer Qualitätszeitung. Diplomarbeit, Wien, 2005.
- Esser, Hartmut: Soziologie. Spezielle Grundlagen. 1. Band: Situationslogik und Handeln. Frankfurt am Main, 1999.
- Fabris, Hans Heinz: Die Wiederentdeckung journalistischer Qualität. In: Fabris, Hans Heinz/Rest, Franz. (Hrsg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck, 2001, S. 11–29.
- Fabris, Hans Heinz: Qualitätssicherung in Medienunternehmen und im Mediensystem. In: Fabris, Hans Heinz/Rest, Franz. (Hrsg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck, 2001, S. 31–47.
- Fabris, Hans Heinz: Hoher Standard. Qualität und Qualitätssicherung im Journalismus. In: Fabris, Hans Heinz/Rest, Franz. (Hrsg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck, 2001, S. 49–71.
- Fabris, Hans Heinz/Renger, Rudi: Vom Ethik- zum Qualitätsdiskurs. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter. (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden, 2003, S. 79–91.
- Fabris, Hans Heinz/Rest, Franz (Hrsg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck, 2001.
- Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung 18/2009.
- Friedrichs, Jürgen: Methoden empirischer Sozialforschung. Opladen, 1980.
- Früh, Werner: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. Konstanz, 2007.
- Göbel, Uwe: Zeitschriftengestaltung im Wandel. In: Publizistik Sonderheft 3/2002, S.219–240.
- Haas, Hannes/Lojka, Klaus: Qualität auf dem Prüfstand. Bedingungen einer kommunikativen Leistungsdiagnostik für Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit. In: Duchkowitsch, Wolfgang (Hrsg.): Journalismus als Kultur. Analysen und Essays. Opladen, 1998, S 115–132.
- Haller, Michael: Qualität und Benchmarking im Printjournalismus. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden, 2003, S. 181–201.
- Hefner, Claudia: Die Sozialreportage. Zur Wiederentdeckung einer journalistischen Form im österreichischen Fernseh- und Magazinjournalismus der siebziger Jahre. Eine Analyse der Magazine "Profil", "Extrablatt", "Teleobjektiv" und "Prisma". Diplomarbeit, Wien, 1994.

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

Huber, Christian: Nachricht und Meinung. Ist ihre Trennung ein journalistisches Qualitätskriterium? In: Fabris, Hans Heinz/Rest, Franz (Hrsg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck, 2001, S. 141–156.

Hummel, Roman: Journalistische Spielarten: Zur Einordnung des Boulevardjournalismus. In: Bruck, Peter A. (Hrsg.): Das österreichische Format. Kulturkritische Beiträge zur Analyse des Medienerfolges „Neue Kronen Zeitung“. Wien, 1991, S. 184–197.

Institut für Freie Berufe an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (Hrsg.): Forschung über Freie Berufe. Jahrbuch 1983/84. Nürnberg, 1985.

Irnberger, Harald (Hrsg.): Blätter, die die Welt bedeuten. Zwölf Reportagen über große Zeitungen. Wien, 1981.

Irnberger, Harald: Ein Ausdruck politischer Kultur. In: Irnberger, Harald (Hrsg.): Blätter, die die Welt bedeuten. Zwölf Reportagen über große Zeitungen. Wien, 1981, S. 5–7.

Kaltenbrunner, Andy: Medienpolitik. In: Tálos, Emmerich (Hrsg.): Schwarz-Blau. Eine Bilanz des ‚Neu-Regierens‘. Wien, 2006, S. 117–136.

Karmasin, Matthias: Qualität im Journalismus. Ein medienökonomisches und medienethisches Problem. Theoretische und empirische Ansätze. In: Medien-Journal 2/1996, S. 17–26.

Kepplinger, Hans Mathias: Publizistikwissenschaftliche Aspekte der Meinungsvielfalt. In: Brosius, Hans-Bernd/Fahr, Andreas/Zubayr, Camille (Hrsg.): Meinung, Meinungsvielfalt, Meinungsrelevanz. Interdisziplinäre Perspektiven. München, 1996, S. 25–43.

Kepplinger, Hans Mathias: Wirkung der Massenmedien, In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, 2009, S. 651–702.

Lackner, Marianne: Profil und News – Profil seit News. Eine vergleichende Inhaltsanalyse der beiden österreichischen Wochenmagazine. Diplomarbeit, Wien, 1997.

Landgrebe, Klaus Peter: Nachrichtenmagazine. Ihr Stil, ihr Erfolg. In Europa und den USA. München, 1994.

Langenbacher, Wolfgang R.: Qualitätssicherung im Journalismus. In: Institut für Freie Berufe an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (Hrsg.): Forschung über Freie Berufe. Jahrbuch 1983/84. Nürnberg, 1985, S. 170–181.

Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden, 2000.

Löffelholz, Martin: Theorien des Journalismus. Entwicklungen, Erkenntnisse, Erfindungen – eine metatheoretische und historische Orientierung. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden, 2000, S. 15–60.

Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim, 2000.

Medien-Journal 2/1996.

Meingast, Claudia: Vergleichende Berichterstattung über die Nationalratswahl 1995 in den Printmedien "Der Standard", "Die Presse", "Kurier", "Neue Kronen Zeitung", "Täglich Alles", "News" und "Profil" mit Hauptaugenmerk auf die FPÖ. Diplomarbeit, Wien, 1996.

Melzer, Holger: Nachrichtenmagazine als "Kontrollorgane". Korruption und ihre Aufdeckung in Österreich am Beispiel von profil. Wien, 1984.

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

Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, 2009.

Pieler, Martina: Die Wirtschaftsberichterstattung über den Euro in deutschsprachigen Nachrichtenmagazinen. Ein Vergleich mit Hilfe der Inhaltsanalyse. Diplomarbeit, Wien, 2001.

Pieper, Annemarie/Thurnherr, Urs (Hrsg.): Angewandte Ethik. Eine Einführung. München, 1998.

Pohla, Anika: Eine verbindliche Medienethik – ein unmögliches Unterfangen? In: Debatin, Bernhard/Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz, 2003, S. 65–79.

Pöttker, Horst: Kompensation von Komplexität. Journalismustheorie als Begründung journalistischer Qualitätsmaßstäbe. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden, 2000, S. 375–390.

Profil 50/1978.

Profil. 30 Jahre. Das Jubiläumsheft. 26.2.2001.

Profil Extra. 10 Jahre Profil. 30.9.1980.

Publizistik 1/1987.

Publizistik 1/1992.

Publizistik 4/1997.

Publizistik 3/2002.

Publizistik 2/2004.

Publizistik 1/2005.

Pürer, Heinz/Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (Hrsg.): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online. Inklusive CD-ROM mit journalistischen Beispielen. Konstanz, 2004.

Rager, Günter: Dimensionen der Qualität. In: Bentele, Günter/Hesse Kurt R. (Hrsg.): Publizistik in der Gesellschaft. Konstanz, 1994, S. 189–209.

Rau, Harald: Redaktionsmarketing. Journalismus als Planungsfaktor in der Positionierung regionaler Tageszeitungen. Wiesbaden, 2000.

Reiter, Sibylle/Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.): Zukunft oder Ende des Journalismus? Publizistische Qualitätssicherung, Medienmanagement, redaktionelles Marketing. Gütersloh, 1994.

Renger, Rudi: Populärer Journalismus. Nachrichten zwischen Fakten und Fiktion. Innsbruck, 2000.

Renger, Rudi/Rest, Franz: Optik für Alphabeten. Printmediale Qualität durch Gestaltung. In: Medien-Journal 2/1996, S. 47–56.

Reumann, Kurt: Journalistische Darstellungsformen. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, 2009, S. 129–167.

Roeggele, Otto-Bernhard: Plädoyer für publizistische Verantwortung. Beiträge zu Journalismus, Medien und Kommunikation. Aus: Dorsch-Jungsberger, Petra E. (Hrsg.): Journalismus, Band 39. Konstanz, 2000.

Rössler, Patrick: Inhaltsanalyse. Konstanz, 2005.

Ruß-Mohl, Stephan: Journalistik-Wissenschaft und Wissenschafts-Journalistik. Anmerkungen zu Theorie und Praxis des Wissenschaftsjournalismus. In: Publizistik 1/1987, S. 265–279.

Ruß-Mohl, Stephan: Am eigenen Schopfe... Qualitätssicherung im Journalismus – Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche. In: Publizistik 1/1992, S. 83–96.

Ruß-Mohl, Stephan: Netzwerke – Die freiheitliche Antwort auf die Herausforderung journalistischer Qualitätssicherung. In: Bammé, Arno/Kotzmann, Ernst/Reschenberg Hasso (Hrsg.): Publizistische Qualität. Probleme und Perspektiven ihrer Bewertung. München, 1993, S. 185–206.

Ruß-Mohl, Stephan: Anything goes? Ein Stolperstein und sieben Thesen zur publizistischen Qualitätssicherung. In: Reiter, Sibylle/Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.): Zukunft oder Ende des Journalismus? Publizistische Qualitätssicherung, Medienmanagement, redaktionelles Marketing. Gütersloh, 1994, S 20–43.

Ruß-Mohl, Stephan: Zur Einführung. In: Reiter, Sibylle/Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.): Zukunft oder Ende des Journalismus? Publizistische Qualitätssicherung, Medienmanagement, redaktionelles Marketing. Gütersloh, 1994, S 13–17.

Ruß-Mohl, Stephan: Der I-Faktor. Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus. Osnabrück, 1994.

Rust, Holger: Wahlkampf-Berichterstattung in der ‚Neuen Kronenzeitung‘. Gutachten zur Frage der Ausgewogenheit in der Präsentation und Bewertung der Kandidaten Kurt Waldheim und Kurt Steyrer im Präsidentschaftswahlkampf 1986. Wien, 1986.

Rust, Holger: Das Profil. Eine qualitative Studie über die Kommunikationsleistungen des Nachrichtenmagazins. Wien, 1990.

Saxer, Ulrich: Kommunikationsforschung und Kommunikatoren. Konstitutionsprobleme einer publizistikwissenschaftlichen Teildisziplin. In: Bentele, Günter/Haller, Michael (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen. Konstanz, 1997, S. 39–54.

Saxer, Ulrich/Kull, Heinz: Publizistische Qualität und journalistische Ausbildung. Zürich, 1981.

Schattenmann, Birgit: Zeitschriften im Wandel. Die Neupositionierung des Nachrichtenmagazins profil innerhalb der österreichischen Medienlandschaft. Diplomarbeit, Wien, 2000.

Schimank, Uwe: Funktionale Differenzierung, Durchorganisation und Integration der modernen Gesellschaft. Wiesbaden, 2005. In: Tacke, Veronika (Hrsg.): Organisation und gesellschaftliche Differenzierung. Wiesbaden, 2001, S. 19–38.

Schlüter, Hans-Joachim: Zeitungs-Journalismus: Darstellungsformen. In: Pürer, Heinz/Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (Hrsg.): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online. Inklusive CD-ROM mit journalistischen Beispielen. Konstanz, 2004. S 139–159.

- Schmidt, Nicole: Profil – ein österreichisches Wochenmagazin. Eine exemplarische Analyse von Inhalt, Aufbau, Sprache und Anspruch. Dissertation, Wien, 1981.
- Schneider, Hans Julius: Der systematische Ort der Medienethik – eine sprachphilosophische Perspektive. In: Debatin, Bernhard/Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz, 2003, S. 23–34.
- Schneider, Wolf: Sprache im Journalismus. In: Pürer, Heinz/Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (Hrsg.): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online. Inklusive CD-ROM mit journalistischen Beispielen. Konstanz, 2004. S. 127–137.
- Schneider, Wolf/Raue, Paul-Josef: Handbuch des Journalismus. Reinbek bei Hamburg, 1996.
- Schnoor, Detlev: Sehen lernen in der Fernsehgesellschaft. Das pädagogische Prinzip Anschaulichkeit im Zeitalter technischer Bilder. Opladen, 1992.
- Scholl, Armin/Weischenberg, Siegfried: Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie. Wiesbaden, 1998.
- Schönbach, Klaus: Trennung von Meinung und Nachricht. Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriteriums. Freiburg, 1977.
- Schreiber, Hermann: „...der unermüdliche Versuch, sehr gut zu sein“. Qualitätssicherung durch dialogische Führung. In: Reiter, Sibylle/Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.): Zukunft oder Ende des Journalismus? Publizistische Qualitätssicherung, Medienmanagement, redaktionelles Marketing. Gütersloh, 1994, S. 29–43.
- Schröter, Detlef: Qualität und Journalismus. Theoretische und praktische Grundlagen des journalistischen Handelns. München, 1995.
- Schulz, Winfried: Inhaltsanalyse. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, 2009, S. 43–64.
- Schumy, Barbara: Zur Boulevardisierung der österreichischen Wochenmagazine "Profil", "News" und "Format". Diplomarbeit, Wien, 2001.
- Sjögren, Cecilia: Titelseiten von Spiegel und Profil 1970–1990. Inhaltliche und formale Aspekte. Dissertation, Wien, 2003.
- Sjurts, Insa: Strategien in der Medienbranche. Grundlagen und Fallbeispiele. Wiesbaden, 2005.
- Sparks, Colin: Popular Journalism: Theories and Practice. In: Dahlgren, Peter/Sparks, Colin (Hrsg.): Journalism and popular culture. London, 1992, S. 24–44.

Stockmann, Ralf: Spiegel und Focus. Eine vergleichende Inhaltsanalyse 1993–1996. Göttingen, 1999.

Tacke, Veronika (Hrsg.): Organisation und gesellschaftliche Differenzierung. Wiesbaden, 2001.

Tálos, Emmerich (Hrsg.): Schwarz-Blau. Eine Bilanz des ‚Neu-Regierens‘. Wien, 2006.

Thofern, Detlef: Darstellungen des Islams in "Der Spiegel". Eine inhaltsanalytische Untersuchung über Themen und Bilder der Berichterstattung von 1950 bis 1989. Hamburg, 1998.

Thomaß, Barbara: Fünf ethische Prinzipien journalistischer Praxis. In: Debatin, Bernhard/Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz, 2003, S. 159–168.

Ulfkotte, Udo: So lügen Journalisten. Der Kampf um Quoten und Auflagen. München, 2001.

Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen (Hrsg.): Media-Analyse 1998. Wien, 1999, S. 93.

Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen (Hrsg.): Media-Analyse 1999. Wien, 2000, S. 89.

Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen (Hrsg.): Media-Analyse 2000. Wien, 2001, S. 95.

Vogel, Andreas: Pressegeattungen im Zeitschriftengewand. Warum die Wissenschaft eine Pressesystematik braucht. In: Publizistik Sonderheft 3/2002, S. 11–27.

Wagner, Hans: Mit beschränkter Haftung? Gesammelte Beiträge zur Journalismus- und Medienkritik. München, 2003.

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

Washietl, Engelbert: Ethik und Verantwortung im Journalismus. In: Pürer, Heinz/Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (Hrsg.): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online. Inklusive CD-ROM mit journalistischen Beispielen. Konstanz, 2004. S 323–340.

Weischenberg, Siegfried: Medienethik. In: Pieper, Annemarie/Thurnherr, Urs (Hrsg.): Angewandte Ethik. Eine Einführung. München, 1998, S. 219–241.

Weischenberg, Siegfried: Leistung und journalistisches Bewusstsein. Zur „subjektiven Dimension“ der Qualitätsdebatte. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeyen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden, 2003, S. 163–178.

Weischenberg, Siegfried: Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 1: Mediensysteme – Medienethik – Mediensituationen. Wiesbaden, 2004.

Wiegerlink, Klaus: Medienethik. Stuttgart, 1998.

Wilke, Jürgen: Qualität auf dem Prüfstand. Was heißt journalistische Qualität? Auch ein Versuch zur Bestimmung ihrer Kriterien. In: Duchkowitsch, Wolfgang (Hrsg.): Journalismus als Kultur. Analysen und Essays. Opladen, 1998, S. 133–141.

Wilke, Jürgen: Presse. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, 2009, S. 459–500.

Wolling, Jens: Qualitätserwartungen, Qualitätswahrnehmungen und die Nutzung von Fernsehserien. In: Publizistik, 2/2004, S. 171–193.

Wyss, Vinzenz: Journalistische Qualität und Qualitätsmanagement. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter. (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden, 2003, S. 129–145.

Ziesel, Kurt: Die Meinungsmacher. Spiegel, Zeit, Stern & Co.. München, 1988.

13.3 Internet-Quellen

Compass.at. Firmen- bzw Firmenbuchinformationen zu „Verlagsgruppe News Gesellschaft m. b. H.“ und „Verlagsgruppe News Beteiligungsgesellschaft m. b. H. & Co. KG“. Online unter <https://daten.compass.at/FirmenCompass> (Geschützter Bereich; Abfragedatum 25.5.2009).

DerStandard.at: Kampagnen sind ihr täglich Brot. Online unter URL: <http://194.116.243.20/fs/1237229149789/Gen-oder-Atom-Kampagnen-sind-ihr-taeglich-Brot> (Abfragedatum 30.6.2009).

Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft: Jahrestagungen der DGPK seit 1999. Online unter URL: <http://www.dgpuk.de/index.cfm?id=3391> (Abfragedatum 9.4.2009).

Meckel, Miriam: Interview mit Sonja Pohlmann. Online unter URL: <http://www.tagesspiegel.de/medien-news/Stefan-Aust;art15532,2421760> (Abfragedatum 4.5.2009).

Media-Analyse.at: Online unter: www.media-analyse.at/studies.do (Abfragedatum 19.6.2009).

Österreichischer Presserat: Grundsätze für die publizistische Arbeit. Ehrenkodex für die österreichische Presse. Online unter URL: <http://www.iq-journalismus.at/cms/iq/attachments/3/8/1/CH0023/CMS1068550271908/ehrenkodex.pdf> (Abfragedatum 26.5.2009).

Profil.at: Online unter URL: <http://www.profil.at/nw1/gen/slideshows/slide/show;profil/cover/1970;kid;560?flags=nopop;1> (Abfragedatum 20.5.2009).

Profil.at: Online unter URL: <http://www.profil.at/nw1/gen/slideshows/slide/show;profil/cover/1976;kid;560;pos;36?flags=ref;/prod/560/galerie.shtml;nopop;1> (Abfragedatum 20.5.2009).

Profil.at: Online unter URL: <http://www.profil.at/nw1/gen/slideshows/slide/show;profil/cover/1998;kid;560;pos;36?flags=ref;/prod/560/galerie.shtml;nopop;1> (Abfragedatum 20.5.2009).

Spiegel.de. Online unter URL: <http://www.spiegel.de/static/epaper/SP/1947/1/ROSPANZ19470010001-312.jpg> (Abfragedatum 20.05.2009).

The New York Times: The New York Times Company Policy on Ethics in Journalism. Online unter URL: <http://www.nytimes.com/press/ethics.html#A7> (Abfragedatum 30.6.2009).

Time.com. Online unter URL:

<http://www.time.com/time/covers/0,16641,20090518,00.html> (Abfragedatum 20.5.2009).

Verein Qualität im Journalismus: Wir über uns – unsere Charta. Online unter URL: <http://www.quajou.ch/charta.php> (Abfragedatum 19.4.2009).

Washietl, Engelbert: Qualitätsdebatte in Österreich. Online unter URL:

http://www.iq-journalismus.at/cms/iq/wir-ueber-uns_lang.htm (Abfragedatum 19.4.2009).

13.4 Interview

Interview mit Christian Rainer, Herausgeber und Chefredakteur des „Profil“, durchgeführt am 23.6.2009 in den Redaktionsräumen des „Profil“.

14 Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Theorien des Journalismus nach Donsbach.

Erstellt nach: Donsbach, Wolfgang: Journalist. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, 2009, S. 81–128, hier S. 110.

Abbildung 2: Das Zwiebel-Modell nach Weischenberg.

Erstellt nach: Weischenberg, Siegfried: Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 1: Mediensysteme – Medienethik – Mediensituationen. Wiesbaden, 2004, S. 71.

Abbildung 3: Modell journalistischer Qualität nach Karmasin.

Erstellt nach einer Vorlage aus: Karmasin, Matthias: Qualität im Journalismus. Ein medienökonomisches und medienethisches Problem. Theoretische und empirische Ansätze. In: Medien-Journal 2/1996, S. 17–26, hier S. 19.

Abbildung 4: Fünf ethische Prinzipien journalistischer Praxis nach Thomaß.

Erstellt nach: Thomaß, Barbara: Fünf ethische Prinzipien journalistischer Praxis. In: Debatin, Bernhard/Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz, 2003, S. 159–168, hier S. 159 f.

Abbildung 5: Ausdifferenzierung des Journalismus als Beitrag zu einer systematischen Vorgangsweise in der Qualitätsforschung nach Fabris.

Erstellt nach: Fabris, Hans Heinz: Qualitätssicherung in Medienunternehmen und im Mediensystem. In: Fabris, Hans Heinz/Rest, Franz. (Hrsg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck, 2001, S. 31–47, hier S. 44.

Abbildung 6: Ebenen/Dimensionen des Qualitätsurteils nach Fabris.

Erstellt nach: Fabris, Hans Heinz: Qualitätssicherung in Medienunternehmen und im Mediensystem. In: Fabris, Hans Heinz/Rest, Franz. (Hrsg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck, 2001, S. 31–47, hier S. 44.

Abbildung 7: Ebenen der Qualitätssicherung nach Fabris.

Erstellt nach: Fabris, Hans Heinz: Qualitätssicherung in Medienunternehmen und im Mediensystem. In: Fabris, Hans Heinz/Rest, Franz. (Hrsg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck, 2001, S. 31–47, hier S. 45.

Abbildung 8: Das magische Vieleck nach Ruß-Mohl.

Erstellt nach: Ruß-Mohl, Stephan: Der I-Faktor. Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus. Osnabrück, 1994, S. 96.

Abbildung 9: Binäre Unterscheidungen in der Medienforschung.

Erstellt nach: Hartley, John: Popular Reality. Journalism, Modernity, Popular Culture. London, 1996, S. 27. Zitiert in: Renger, Rudi: Populärer Journalismus. Nachrichten zwischen Fakten und Fiktion. Innsbruck, 2000, S. 169.

Abbildung 10: Cover des Nachrichtenmagazins „Time“ vom 18.5.2009.
Quelle: Time.com. Online unter URL:
<http://www.time.com/time/covers/0,16641,20090518,00.html> (Abfragedatum 20.5.2009)

Abbildung 11: Cover der ersten Ausgabe des „Spiegel“.
Quelle: Spiegel.de. Online unter URL:
<http://www.spiegel.de/static/epaper/SP/1947/1/ROSPANZ19470010001-312.jpg>
(Abfragedatum 20.5.2009)

Abbildung 12: Cover der ersten „Profil“-Ausgabe.
Quelle: Profil.at: Online unter URL:
<http://www.profil.at/nw1/gen/slideshows/slide/show;profil/cover/1970/;kid;560?flags=nopop;1> (Abfragedatum 20.5.2009)

Abbildung 13: Das „Profil“-Cover nach dem Relaunch 1976.
Quelle: Profil.at: Online unter URL:
<http://www.profil.at/nw1/gen/slideshows/slide/show;profil/cover/1976/;kid;560;pos;36?flags=ref;/prod/560/galerie.shtml;nopop;1> (Abfragedatum 20.5.2009)

Abbildung 14: „Profil“-Layout ab September 1998.
Quelle: Profil.at: Online unter URL:
<http://www.profil.at/nw1/gen/slideshows/slide/show;profil/cover/1998/;kid;560;pos;36?flags=ref;/prod/560/galerie.shtml;nopop;1> (Abfragedatum 20.5.2009)

Abbildung 15: Reichweiten von „Profil“ und „Format“ 1998 bis 2008.
Quelle für die Werte aus 1998: Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen (Hrsg.): Media-Analyse 1998. Wien, 1999, S. 93.
Quelle für die Werte aus 1999: Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen (Hrsg.): Media-Analyse 1999. Wien, 2000, S. 89.
Quelle für die Werte aus 2000: Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen (Hrsg.): Media-Analyse 2000. Wien, 2001, S. 95.
Quelle für die Werte aus 2001 bis 2008: Media-Analyse.at:
Online unter: www.media-analyse.at/studies.do (Abfragedatum 19.6.2009).

Abbildung 16: Beteiligungsverhältnisse rund um die „Verlagsgruppe News“.
Angelehnt an: Kaltenbrunner, Andy: Medienpolitik. In: Tálos, Emmerich (Hrsg.): Schwarz-Blau. Eine Bilanz des ‚Neu-Regierens‘. Wien, 2006, S. 117–136, hier S. 131.
Aktualisiert durch Anfragen bei:
Compass.at.: Firmen- bzw. Firmenbuchinformationen zu „Verlagsgruppe NEWS Gesellschaft m. b. H.“ und „Verlagsgruppe NEWS Beteiligungsgesellschaft m. b. H. & Co. KG“. Online unter <https://daten.compass.at/FirmenCompass> (Geschützter Bereich; Abfragedatum 25.5.2009).

Abbildung 17: Untersuchte Ausgaben des „Profil“ in der vorliegenden Untersuchung.
Eigene Darstellung

Abbildung 18: Optimale Verständlichkeit vs. ‚Gutes Deutsch‘.
Erstellt nach: Renger, Rudi: Populärer Journalismus. Nachrichten zwischen Fakten und Fiktion. Innsbruck, 2000, S. 131 ff.

Abbildung 19: Sprachfehler in „Profil“-Beiträgen aus der Stichprobe der Intensivstudie 2008.
Eigene Darstellung

Abbildung 20: Sprachfehler in „Profil“-Beiträgen aus der Stichprobe der Längsschnittuntersuchung 1999 bis 2008.
Eigene Darstellung

Abbildung 21: Anzahl der (nicht) im Populärstil verfassten Beiträge in „Profil“ aus 2008.
Eigene Darstellung.

Abbildung 22: Anzahl der (nicht) im Populärstil verfassten Beiträge in „Profil“ 1999 bis 2008.
Eigene Darstellung.

Abbildung 23: Anzahl Beiträge mit guter/mangelhafter Sprachqualität in „Profil“ aus 2008.
Eigene Darstellung.

Abbildung 24: Anzahl Beiträge mit guter/mangelhafter Sprachqualität in „Profil“ 1999 bis 2008.
Eigene Darstellung.

Abbildung 25: Anzahl Beiträge mit vollständig/nicht vollständig beantworteten W-Fragen in „Profil“ aus 2008.
Eigene Darstellung.

Abbildung 26: Anzahl Beiträge mit vollständig/nicht vollständig beantworteten W-Fragen in „Profil“ 1999 bis 2008.
Eigene Darstellung.

Abbildung 27: Ergebnisse für die Stichprobe aus 2008 hinsichtlich Ausgewogenheit der Beiträge.
Eigene Darstellung.

Abbildung 28: Ergebnisse für die Stichprobe aus der Längsschnittanalyse 1999 bis 2008 hinsichtlich Ausgewogenheit der Beiträge.
Eigene Darstellung.

Abbildung 29: Ergebnisse für die Stichprobe aus 2008 hinsichtlich Einhaltung der journalistischen Handwerksregeln in den Beiträgen.
Eigene Darstellung.

Abbildung 30: Ergebnisse für die Stichprobe 1999 bis 2008 hinsichtlich Einhaltung der journalistischen Handwerksregeln in den Beiträgen.
Eigene Darstellung.

Abbildung 31: Ergebnisse für die Stichprobe aus 2008 hinsichtlich Abstraktion in den Beiträgen.
Eigene Darstellung.

Abbildung 32: Ergebnisse für die Stichprobe 1999 bis 2008 hinsichtlich Abstraktion in den Beiträgen.
Eigene Darstellung.

Abbildung 33: Anschaulichkeit der Beiträge in „Profil“. Ergebnisse für die Stichprobe aus der Intensivuntersuchung 2008.
Eigene Darstellung.

Abbildung 34: Anschaulichkeit der Beiträge in „Profil“. Ergebnisse für die Stichprobe aus der Längsschnittuntersuchung 1999 bis 2008.
Eigene Darstellung.

Abbildung 35: Informationsdichte der Beiträge in „Profil“. Ergebnisse der Stichprobe aus 2008.
Eigene Darstellung.

Abbildung 36: Informationsdichte der Beiträge in „Profil“. Ergebnisse der Stichprobe 1999 bis 2008.
Eigene Darstellung.

Abbildung 37: Themen und Erzählkategorien aufbauend auf Trivialmythen.
Erstellt nach: Dulinski, Ute: Sensationsjournalismus in Deutschland. Konstanz, 2003, S. 264.

Abbildung 38: Anzahl der Beiträge mit negativem Themensetting 2008.
Eigene Darstellung.

Abbildung 39: Anzahl der Beiträge mit negativem Themensetting 1999 bis 2008.
Eigene Darstellung.

Abbildung 40: Anzahl der Beiträge mit positivem Themensetting aus der Stichprobe der Intensivuntersuchung 2008
Eigene Darstellung.

Abbildung 41: Anzahl der Beiträge mit positivem Themensetting 1999 bis 2008.
Eigene Darstellung.

Abbildung 42: Ergebnisse für die Kategorie Themensetting (Intensivstudie 2008).
Eigene Darstellung.

Abbildung 43: Ergebnisse für die Kategorie Themensetting
(Längsschnittuntersuchung 1999 bis 2008).
Eigene Darstellung.

Abbildung 44: Beiträge mit Beanstandungen hinsichtlich journalistischer Qualität
(Längsschnittuntersuchung 1999 bis 2008).
Eigene Darstellung.

15 Codiertabelle

Auf den nachfolgenden Seiten erfolgt ein Abdruck der vollständig ausgefüllten Codiertabelle. Zu Aufbau und Gestaltung der Tabelle seien folgende Details angeführt:

- **Rot** sind jene Spalten eingefärbt, die den qualitativ negativen Merkmalsausprägungen zuzuordnen sind.
- **Grün** hingegen steht für die positiven Merkmalsausprägungen hinsichtlich journalistischer Qualität.
- Die Ziffer „0“ in einem Feld bedeutet: *Merkmal nicht zutreffend (keine Codierung)*, „1“ hingegen steht für *Merkmal zutreffend (Codierung erfolgt)*.
- **Gelb hinterlegt** sind jene Felder, aus denen eine ‚negative‘ Codierung eines Beitrags in der jeweiligen (Unter-)Kategorie erkennbar ist.
- Am unteren Ende der Tabelle finden sich die addierten Werte für die einzelnen Jahre der Längsschnittanalyse sowie für die Intensivstudie 2008.

Die Codierung der formalen Kategorien entspricht den in Kapitel 8.3.5.6 dargestellten Regeln. Eine fett gedruckte Zahl in der dritten Spalte („Lfd. Nr. des Beitrags“) weist darauf hin, dass in dem betreffenden Fall bei der Auswahl für die Stichprobe der aufgrund des Auswahlverfahrens ursprünglich vorgesehene Beitrag unter Anwendung der Regel aus Kapitel 8.3.5.3, letzter Absatz, übersprungen wurde.

Jahr	Ausgabe Nr.			Lfd. Nr. des Beitrags	Ressort	Titel	Seite																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
Kategorie/Unterkategorie						JK 1.1	JK 1.1	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	JK 1.2	

[illegible]

Jahr	Ausgabe Nr.			Ressort	Titel	Seite																													
	Lfd. Nr.	des Beitrags	Codierung																																
							Kategorie/Unterkategorie	Sprachfehler		Keine Sprachfehler		Populärstil		Kein Populärstil		Mangelhafte Sprachqualität		Gute Sprachqualität																	
								UK 1.1	UK 1.1	UK 1.1	UK 1.1	UK 1.2	UK 1.2	UK 1.2	UK 1.2	K 1	K 1	UK 2.1	UK 2.1	UK 2.2	UK 2.2	K 2	K 2	UK 3.1	UK 3.1	UK 3.2	UK 3.2	K 3	K 3	UK 4.1	UK 4.1	UK 4.2	UK 4.2	K 4	K 4
2001	15	4	2	Ute Fabel, Mag. a. D.	26	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2001	15	9	2	Frühling des Tigers	36	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2001	15	14	2	Menschen-Bilder	68	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2001	15	19	3	Keiner liebt Libro	82	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2001	15	24	3	Die Strom-Farce	92	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2001	15	29	4	Zimmer ohne Aussicht	111	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2001	15	35	6	Superbaby	132	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2001	15	39	6	Vorsicht, Osterreisende!	142	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2001	15	44	7	XY, übernehmen Sie!	158	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	5	5	2	"Reinigendes Gewitter"	20	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	5	10	2	Es ist, was es ist	36	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	5	15	3	Zwergenaufstand	56	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	5	20	3	Lauda ohne Niki	63	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	5	25	4	Sachscharaden	76	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	5	30	5	"Er ist sehr sensibel"	90	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	5	35	7	Soziologie ohne Text	108	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	10	1	1	Geschichte eines Scheiterns	13	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	10	6	2	Meilenstein Abfertigung	24	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	10	11	2	Reiseabrechnungen	33	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	10	16	2	Der dritte Wagen	38	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	10	21	3	Der Weg ist kein Ziel	54	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
				"Zwei Goldene, das ist nicht viel!"	82	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	10	27	5	Ach, Mitteleuropa	94	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	10	31	4	Österreich und der Konvent	106	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	10	36	4	Liebe Grüße aus der Hölle	120	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	10	41	7	Ist doch lustig, oder?	128	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	10	46	7																																
2002	15	2	2	Der Boss der Genossen	22	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	15	7	2	Blaue Abrechnung	38	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	15	12	2	Der kleine Soldat	48	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	15	17	3	Angriff auf den siebten Zwerg	60	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	15	22	5	Berühmt? Na und?!	94	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	15	27	4	Krieg im Hinterhof	106	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	15	32	6	Zahlen, bitte!	120	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
2002	15	37	7	Born In The USA	140	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1

Jahr	Ausgabe Nr.		Lfd. Nr. des Beitrags	Ressort	Titel	Seite	Sprachfehler		Keine Sprachfehler		Populärstil		Kein Populärstil		Mangelhafte Sprachqualität		Gute Sprachqualität						W-Fragen nicht vollst. beantwortet		W-Fragen vollst. beantwortet		Ausgewogenheit nicht erfüllt		Ausgewogenheit erfüllt		Handwerksregeln nicht eingehalten		Handwerksregeln eingehalten						Abstraktion nicht festgestellt		Abstraktion festgestellt		Anschaulichkeit nicht gegeben		Anschaulichkeit gegeben		Informationsdichte/Qualitative Mängel		Angemessene Informationsdichte						Negatives Themensetting		Kein negatives Themensetting		Kein positives Themensetting		Positives Themensetting		Themensetting qualitativ schlecht		Themensetting - mittlere Aussage		Themensetting qualitativ gut	
					Kategorie/Unterkategorie		UK 1.1	UK 1.1	UK 1.2	UK 1.2	K 1	K 1	UK 2.1	UK 2.1	UK 2.2	UK 2.2	K 2	K 2	UK 3.1	UK 3.1	UK 3.2	UK 3.2	K 3	K 3	UK 4.1	UK 4.1	UK 4.2	UK 4.2	K 4	K 4	K 3																																					
					Codierung	1.1.1	1.1.2	1.2.1	1.2.2	1.2	1.1	2.1.2	2.1.1	2.2.2	2.2.1	2.2	2.1	3.1.2	3.1.1	3.2.2	3.2.1	3.2	3.1	4.1.1	4.1.2	4.2.2	4.2.1	4.3	4.2	4.1																																						
2003	5	3	2	"Außenministerium zuspüren"	16	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	5	8	2	Der rote Musterknabe	28	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	5	13	2	Stunk aus Stripfing	42	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	5	18	3	Die Akte Weninger	53	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1																																									
2003	5	24	4	Gutte Bullen, böse Bullen	76	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	5	28	4	Angst in der Heimat	84	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	5	34	5	"... und dann war alles vorbei"	98	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	5	38	7	"Lustig, lieb, aber auch total wild"	113	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	5	43	7	Bleiche Bilder	124	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																										
2003	10	4	2	"Nicht mehr cool"	30	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	10	9	2	Der kleine Unterschied	40	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	10	14	2	Tempelviertel als Abbruchmaterial	46	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	10	19	3	Luftschlösser	68	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	10	24	4	"Pazifismus allein genügt nicht"	96	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	10	31	6	End-E-Mails	114	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	10	34	7	"Sterben mit der Schönheit im Hirn"	124	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	15	5	2	"Dann gehe ich nicht mehr mit"	25	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	15	10	2	Die Mama aller Schlachten	38	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1																																									
2003	15	15	3	"Querulanten gehören dazu"	53	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2003	15	20	3	Glock gehabt	62	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1																																									
2003	15	25	4	Vor der Schlacht	74	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1																																									
2003	15	30	4	Klein-Texas	86	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1																																									
2003	15	36	6	Beuschel-Reißer	124	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1																																									
2003	15	40	7	Extra fluffig	142	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2004	5	1	1	Ein Wintermärchen	11	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2004	5	6	2	Prüferwahl	25	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2004	5	11	2	Die Qualverwandschaften	34	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1																																									
2004	5	16	3	Ungebührlich	53	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2004	5	21	4	Ein Land, viele Herren	103	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2004	5	26	4	Der stille Spielmacher	112	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2004	5	31	6	Lebens-Zeichen	131	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2004	5	36	7	"Manchmal kann ich mich nicht beherrschen"	144	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1																																									
2004	5	41	7	Herzensbrecher	155	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1																																									

Jahr	Ausgabe Nr.			Lfd. Nr. des Beitrags	Ressort	Titel	Seite																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
------	-------------	--	--	-----------------------	---------	-------	-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Jahr	Ausgabe Nr.		Lfd. Nr. des Beitrags	Ressort	Titel	Seite	Sprachfehler	Keine Sprachfehler	Populärstil	Kein Populärstil	Mangelhafte Sprachqualität	Gute Sprachqualität		W-Fragen nicht vollst. beantwortet	W-Fragen vollst. beantwortet	Ausgewogenheit nicht erfüllt	Ausgewogenheit erfüllt	Handwerksregeln nicht eingehalten	Handwerksregeln eingehalten		Abstraktion nicht festgelegt	Abstraktion festgelegt	Anschaulichkeit nicht gegeben	Anschaulichkeit gegeben	Informationsdichte/Qualitative Mängel	Angemessene Informationsdichte		Negatives Themensetting	Kein negatives Themensetting	Kein positives Themensetting	Positives Themensetting	Themensetting qualitativ schlecht	Themensetting - mittlere Aussage	Themensetting qualitativ gut
					Kategorie/Unterkategorie	UK 1.1	UK 1.1	UK 1.2	UK 1.2	K 1	K 1		UK 2.1	UK 2.1	UK 2.2	UK 2.2	K 2	K 2		UK 3.1	UK 3.1	UK 3.2	UK 3.2	K 3	K 3		UK 4.1	UK 4.1	UK 4.2	UK 4.2	K 4	K 4	K 3	
					Codierung	1.1.1	1.1.2	1.2.1	1.2.2	1.2	1.1		2.1.2	2.1.1	2.2.2	2.2.1	2.2	2.1		3.1.2	3.1.1	3.2.2	3.2.1	3.2	3.1		4.1.1	4.1.2	4.2.2	4.2.1	4.3	4.2	4.1	
2005	15	1	1	Brandgruppen	13	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2005	15	6	2	Stadlers Stadt	24	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2005	15	11	2	Schlamm-packungen	40	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2005	15	16	3	Tabak-Attacke	54	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2005	15	21	5	Jedem sein eigener Papst	76	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2005	15	26	4	"Es ist ja nur Afrika"	84	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2005	15	31	7	Helfersyndrom	121	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2005	15	36	7	Dreckschleudern	133	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	5	2	2	Geschichtskontrolle	14	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	5	7	2	Sicherheitsrisiko Seipel	20	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	5	12	2	"Polemisieren ist leicht"	32	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	5	17	3	Geldquellen der Mullahs	48	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
				"So gut wie euch geht es euch nicht"	62	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		1	0	0	1	1	0		0	1	0	1	0	1	0
2006	5	27	6	Hochdosis-Kuren	81	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	5	32	3	Preisschild auf der Brust	105	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	5	37	7	Häkeldeckchen-Revolution	116	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	10	3	2	"Prinzessin für einen Tag"	19	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	10	8	2	"Eine gewisse Nähe"	30	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	10	13	3	Drum prüfe...	45	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	10	18	3	Kriege ums Piano	58	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
				Der große, der kleine und der unbekannte Kim	94	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	10	28	5	Ausgeschlafen	104	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
				"Es gibt wahnsinnig viel Aberglauben"	116	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	1	0	0	1	0
2006	10	38	7	Unlösbares Feuer	125	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	10	43	7	"Tiefsinnig bin ich nicht"	136	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	15	4	2	"Offenbar war eine Krise notwendig"	20	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	15	9	2	Morgenröte	30	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	15	14	3	"Sofort Reißleine gezogen"	39	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	15	19	3	Falsch verrechnet	54	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
				"Alte Konflikte brechen wieder auf"	76	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	15	29	4	"Unausweichliche Niederlage"	86	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	15	34	5	Verirrungen der Liebe	110	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	15	39	7	Patchwork-Tourist	117	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1
2006	15	44	7	Nase im Dreck	127	0	1	0	1	0	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1

Jahr	Ausgabe Nr.			Ressort	Titel	Seite													Codierung													
	Ausgabe Nr.	Lfd. Nr. des Beitrags	Kategorie/Unterkategorie				Sprache				Themen				Darstellung																	
							Sprachfehler	Keine Sprachfehler	Populärstil	Kein Populärstil	Mangelhafte Sprachqualität	Gute Sprachqualität	W-Fragen nicht vollst. beantwortet	W-Fragen vollst. beantwortet	Ausgewogenheit nicht erfüllt	Ausgewogenheit erfüllt	Handwerksregeln nicht eingehalten	Handwerksregeln eingehalten		Abstraktion nicht festgestellt	Abstraktion festgestellt	Anschaulichkeit nicht gegeben	Anschaulichkeit gegeben	Informationsdichte/Qualitative Mängel	Angemessene Informationsdichte	Negatives Themensetting	Kein negatives Themensetting	Kein positives Themensetting	Positives Themensetting	Themensetting qualitativ schlecht	Themensetting - mittlere Aussage	Themensetting qualitativ gut
Ausgabe Nr.		Lfd. Nr. des Beitrags	Kategorie/Unterkategorie	UK 1.1	UK 1.1	UK 1.2	UK 1.2	K 1	K 1	UK 2.1	UK 2.1	UK 2.2	UK 2.2	K 2	K 2	UK 3.1	UK 3.1	UK 3.2	UK 3.2	K 3	K 3	UK 4.1	UK 4.1	UK 4.2	UK 4.2	K 4	K 4	K 3				
Ausgabe Nr.		Lfd. Nr. des Beitrags	Kategorie/Unterkategorie	UK 1.1	UK 1.1	UK 1.2	UK 1.2	K 1	K 1	UK 2.1	UK 2.1	UK 2.2	UK 2.2	K 2	K 2	UK 3.1	UK 3.1	UK 3.2	UK 3.2	K 3	K 3	UK 4.1	UK 4.1	UK 4.2	UK 4.2	K 4	K 4	K 3				
2007	5	5	2	Rote Milde	20	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1				
2007	5	10	2	Kioto in Europa & der Welt	31	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2007	5	16	6	Veni Vidi Vista	62	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2007	5	20	4	Machos, Machtlust und	77	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2007	5	25	5	Moneten	90	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
				Strass und Stress																												
				"Warum müssen Klaviere wie																												
				Särge aussehen?"																												
2007	5	30	7		100	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2007	10	1	1	Freunde und Freunderln	13	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2007	10	6	2	Schweißen, drehen, fräsen	26	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
				"Sonst wandern sie ins Silicon																												
				Valley ab"																												
2007	10	11	2	Die Glücklichen von der	38	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
				Goldküste																												
2007	10	16	4	Kampf um Harlem	80	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2007	10	21	4	"Wir haben das Essen	90	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
				verlernt"																												
2007	10	26	5	Habe die Leere!	123	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2007	10	31	7		138	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2007	15	2	2	Sendungs-Bewusstsein	16	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2007	15	7	2	Gottes Bodenpersonal	36	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2007	15	13	6	Tempel der Teilchen	69	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2007	15	17	4	Drogen, Terror, Taliban	94	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2007	15	22	4	"Ich bitte euch, helft mir!"	107	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2007	15	27	7	Das Beben vor dem Tod	122	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2008	5	3	2	SOKO Kampusch	19	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2008	5	8	2	Blick zurück im Zorn	31	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2008	5	13	3	Kristallkugelnkurse	40	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2008	5	18	4	Die Stunde des Totengräbers	56	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
				Kriegshelden und																												
2008	5	23	4	Drückeberger	66	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2008	5	28	6	Frühlingserwachen	86	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					
2008	5	33	7	Schweben im Raum	106	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1					

Jahr	Ausgabe Nr.	Lfd. Nr. des Beitrags	Ressort	Kriterien										Ergebnisse																
				Inhaltliche Qualität		Formale Qualität		Darstellung		Anschaulichkeit		Informationsgehalt		Themenrelevanz		Lesbarkeit		Anschaulichkeit		Informationsgehalt		Themenrelevanz		Lesbarkeit						
				Titel	Seite	Sprachfehler	Keine Sprachfehler	Populärstil	Kein Populärstil	Mangelhafte Sprachqualität	Gute Sprachqualität	W-Fragen nicht vollst. beantwortet	W-Fragen vollst. beantwortet	Ausgewogenheit nicht erfüllt	Ausgewogenheit erfüllt	Handwerksregeln nicht eingehalten	Handwerksregeln eingehalten	Abstraktion nicht festgelegt	Abstraktion festgelegt	Anschaulichkeit nicht gegeben	Anschaulichkeit gegeben	Informationsdichte/Qualitative Mängel	Angemessene Informationsdichte	Negatives Themensetting	Kein negatives Themensetting	Kein positives Themensetting	Positives Themensetting	Themensetting qualitativ schlecht	Themensetting - mittlere Aussage	Themensetting qualitativ gut
				Kategorie/Unterategorie	Codierung	UK 1.1	UK 1.1	UK 1.2	UK 1.2	K 1	K 1	UK 2.1	UK 2.1	UK 2.2	UK 2.2	K 2	K 2	UK 3.1	UK 3.1	UK 3.2	UK 3.2	K 3	K 3	UK 4.1	UK 4.1	UK 4.2	UK 4.2	K 4	K 4	K 3
2008	10	4	2	Feindmotorik	30	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	10	9	2	Dem Führer entgegen	39	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	10	14	4	Der Zarewitsch	68	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	10	19	4	Gnadenfrist	76	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	10	25	7	Verliebte Jungs	125	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	10	29	7	Gegengiftspritzen	136	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	15	5	2	Mythos Mittelstand	30	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
				"Der Versuch, anders zu sterben"	40	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	15	15	4	"Die US-Medien sind gescheitert"	64	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
				In einem Land vor unserer Zeit	72	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	15	27	5	Ausgebucht	92	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	15	30	6	"Eine Horravorstellung"	100	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
				Fernsehen für Fortgeschrittene	116	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	20	1	1	Recht und billig	17	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	20	6	2	Es kann nur einen geben	28	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	20	11	2	Wer ist eigentlich ein "Nazi"?	34	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	20	16	3	Ziemlich flüssig	50	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	20	23	6	Tod in der Tiefe	88	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	20	26	4	Wir haben es nicht eilig	100	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	20	31	4	Harsche Herrschaft	110	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	20	36	7	Baublasen	128	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	25	2	2	Depression in Rot	14	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	25	7	2	Reine Mörsersache	26	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	25	12	3	"Porsche bleibt Porsche"	37	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	25	17	5	Stell dir vor, es ist EURO...	67	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
				"Aus einer innerlichen Überzeugung"	86	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	25	22	6	Heiratsschwindler	98	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	25	27	4	Hausbesetzer	110	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
2008	25	32	7																											

Jahr			Ausgabe Nr.	Lfd. Nr. des Beitrags	Ressort																															
						Titel		Seite	Sprachfehler	Keine Sprachfehler	Populärstil	Kein Populärstil	Mangelhafte Sprachqualität	Gute Sprachqualität		W-Fragen nicht vollst. beantwortet	W-Fragen vollst. beantwortet	Ausgewogenheit nicht erfüllt	Ausgewogenheit erfüllt	Handwerksregeln nicht eingehalten	Handwerksregeln eingehalten		Abstraktion nicht festgestellt	Abstraktion festgestellt	Anschaulichkeit nicht gegeben	Anschaulichkeit gegeben	Informationsdichte/Qualitative Mängel	Angemessene Informationsdichte		Negatives Themensetting	Kein negatives Themensetting	Kein positives Themensetting	Positives Themensetting	Themensetting qualitativ schlecht	Themensetting - mittlere Aussage	Themensetting qualitativ gut
Kategorie/Unterkategorie		UK 1.1	UK 1.1	UK 1.2	UK 1.2	K 1	K 1		UK 2.1	UK 2.1	UK 2.2	UK 2.2	K 2	K 2		UK 3.1	UK 3.1	UK 3.2	UK 3.2	K 3	K 3		UK 4.1	UK 4.1	UK 4.2	UK 4.2	K 4	K 4	K 3							
Codierung		1.1.1	1.1.2	1.2.1	1.2.2	1.2	1.1		2.1.2	2.1.1	2.2.2	2.2.1	2.2	2.1		3.1.2	3.1.1	3.2.2	3.2.1	3.2	3.1		4.1.1	4.1.2	4.2.2	4.2.1	4.3	4.2	4.1							
2008	30	3	2	Beschwerdefreiheit	21	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	30	8	2	Anti-patriarchale Kälber	34	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	30	13	3	Die kühle Blonde	48	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	30	18	4	Atomspaltung	71	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	30	25	6	Donnerwetter!	89	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		1	0	0	1	0	0	1						
2008	30	28	7	Seelsorge	97	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	30	33	7	Hamburger und Leberkäse	108	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	35	4	2	Die Flops	17	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	35	9	2	"In Rechnung der neu geschaffenen Verhältnisse"	28	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	35	14	3	Wieviel bist du wert?	40	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	35	19	5	Konfuzius und die Musketiere	72	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	1	0	0	1	0						
2008	35	24	4	"Putin und Saakaschwili nach Den Haag!"	105	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	35	29	7	"Zuweilen ging es ihm auch gut"	119	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	40	5	2	Im Vorhof der Schlacht	25	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	40	10	2	Krautfleisch zum Debakel	42	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	40	15	2	"Wappentier Sündenbock"	52	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	40	20	4	Panisch-depressiv	92	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	40	25	5	Kein-Kind-Politik	106	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	40	30	7	"Die Angst im Menschen ist ausbeutbar"	129	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	45	1	1	Lasst tausend Staatsblumen blühen!	13	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	45	6	2	Im Sumpf	26	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	45	11	2	Ausgebremst	40	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	45	16	3	Land am Tropf	58	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	45	21	5	"Besonders radikal"	92	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	45	26	6	Influenza-Lügen	108	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	0	1						
2008	45	31	7	"Bei 200 Millionen Dollar werden die Freiräume enger	125	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		0	1	0	1	0	1		0	1	1	0	0	1	0						

Jahr	Ausgabe Nr.	Lfd. Nr. des Beitrags	Ressort	Titel	Seite	Sprachfehler		Keine Sprachfehler		Populärstil		Kein Populärstil		Mangelhafte Sprachqualität		Gute Sprachqualität				W-Fragen nicht vollst. beantwortet		W-Fragen vollst. beantwortet		Ausgewogenheit nicht erfüllt		Ausgewogenheit erfüllt		Handwerksregeln nicht eingehalten		Handwerksregeln eingehalten				Abstraktion nicht festgestellt		Abstraktion festgestellt		Anschaulichkeit nicht gegeben		Anschaulichkeit gegeben		Informationsdichte/Qualitative Mängel		Angemessene Informationsdichte				Negatives Themensetting		Kein negatives Themensetting		Kein positives Themensetting		Positives Themensetting		Themensetting qualitativ schlecht		Themensetting - mittlere Aussage		Themensetting qualitativ gut																													
						UK 1.1	UK 1.1	UK 1.2	UK 1.2	K 1	K 1	UK 2.1	UK 2.1	UK 2.2	UK 2.2	K 2	K 2	UK 3.1	UK 3.1	UK 3.2	UK 3.2	K 3	K 3	UK 4.1	UK 4.1	UK 4.2	UK 4.2	K 4	K 4	K 3																																																											
						1.1.1	1.1.2	1.2.1	1.2.2	1.2	1.1	2.1.2	2.1.1	2.2.2	2.2.1	2.2	2.1	3.1.2	3.1.1	3.2.2	3.2.1	3.2	3.1	4.1.1	4.1.2	4.2.2	4.2.1	4.3	4.2	4.1																																																											
2008	50	2	2	Floriani als Prinzip	18	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1																																												
2008	50	7	2	Im Namen des Papstes	32	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1																																												
2008	50	12	3	Fauxpas de deux	46	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1																																												
2008	50	17	4	Calderóns Krieg	64	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1																																													
2008	50	22	5	Patient Mann	102	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1																																													
2008	50	27	7	The Voice	119	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1																																														
2008	50	32	7	Sommer cum laude	130	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1																																														
						1	293	7	287	8	286		2	292	7	287	8	286		2	292	1	293	3	291		34	260	14	280	5	9	280																																																								
																																														Σ Längsschnittanalyse	1999	1	28	1	28	2	27	1	28	2	27	2	27	0	29	0	29	0	29	3	26	2	27	0	2	27																	
																																														Σ Längsschnittanalyse	2000	0	29	3	26	3	26	0	29	1	28	1	28	0	29	0	29	0	29	5	24	2	27	1	1	27																	
																																														Σ Längsschnittanalyse	2001	0	27	0	27	0	27	0	27	2	25	2	25	1	26	0	27	1	26	2	25	0	27	0	0	27																	
																																														Σ Längsschnittanalyse	2002	0	25	0	25	0	25	0	25	1	24	1	24	0	25	0	25	0	25	4	21	2	23	1	1	23																	
																																														Σ Längsschnittanalyse	2003	0	24	1	23	1	23	0	24	1	23	1	23	0	24	0	24	0	24	5	19	0	24	0	0	24																	
																																														Σ Längsschnittanalyse	2004	0	25	0	25	0	25	1	24	0	25	1	24	0	25	1	24	1	24	6	19	3	22	2	1	22																	
																																														Σ Längsschnittanalyse	2005	0	22	0	22	0	22	0	22	0	22	0	22	0	22	0	22	0	22	2	20	0	22	0	0	22																	
																																														Σ Längsschnittanalyse	2006	0	26	0	26	0	26	0	26	0	26	0	26	1	25	0	26	1	25	0	26	2	24	0	2	24																	
																																														Σ Längsschnittanalyse	2007	0	19	0	19	0	19	0	19	0	19	0	19	0	19	0	19	0	19	1	18	0	19	0	0	19																	
																																														Σ Längsschnittanalyse	2008	0	20	0	20	0	20	0	20	0	20	0	20	0	20	0	20	0	20	1	19	0	20	0	0	20																	
																																														Σ Längsschnittanalyse	Total	1	245	5	241	6	240	2	244	7	239	8	238	2	244	1	245	3	243	29	217	11	235	4	7	235																	

Lebenslauf

Persönliche Daten

Name	Thomas Schellenberger
Adresse	Weißgerberlande 38/25, 1030 Wien
Geburtsdatum/-ort	1.6.1966, Wien
Familienstand	ledig
Kinder	Julian, geb. 1991; Hannah, geb. 1995

Schul-/Ausbildung

1972 bis 1976	Volksschule Löwengasse, 1030 Wien
1976 bis 1984	Theresianische Akademie (neusprachliches Gymnasium), 1040 Wien; Matura
1984/85	Präsenzdienst, Heeresspital, 1210 Wien (8 Monate)
Seit März 1986	Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien. Positiver Abschluss aller Lehrveranstaltungen bis Juni 1990
	Diplomarbeit und Diplomprüfung mussten aus beruflichen Gründen bis 2009 aufgeschoben werden.

Berufserfahrung

Sept. 1985 bis Dez. 2008	Ray-Werk, Erzeugung chemischer Produkte, Helmut Schellenberger & Co. Ges.m.b.H. (bis 1991 KG), 1150 Wien, Brauhirschengasse 28 Funktion: zunächst Prokurist und Gesellschafter, seit 01/1996 geschäftsführender Gesellschafter Mit 1.10.2008 Abspaltung des operativen Geschäftsbetriebs und Veräußerung aller Anteile an die Initial Austria GmbH.
Seit Jan. 2009	Schellenberger GmbH., 1030 Wien, Ungargasse 71 Funktion: Geschäftsführender Gesellschafter Konsulent für die Initial Austria GmbH und die Initial Hygiene Austria GmbH.

