



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

“Die Rolle der Politik für den Journalismus in Österreich”

verfasst von / submitted by

Anna Cerny

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

Magistra der Philosophie (Mag. phil)

Wien, 2019 / Vienna 2019

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

UA 066 841

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

Magisterstudium Publizistik-
und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Folker Hanusch, PhD

Inhaltsverzeichnis

1	Problemstellung	7
2	Theoretische Einbettung	9
2.1	Einleitung	9
2.2	Der Agenda-Setting-Ansatz	12
2.3	Die Chapel-Hill-Studie	13
2.4	Zentrale Konstrukte des Agenda-Setting-Ansatzes	17
2.5	Wirkungsmodelle der Agenda-Setting-Forschung	22
2.6	Weiterentwicklung des Agenda-Setting-Ansatzes	23
2.6.1	Der Agenda-Building-Ansatz	25
2.6.2	Der Media-Agenda-Building-Ansatz	27
2.7	Einflüsse auf die Agenda	28
2.8	Kritik am Agenda-Setting-Ansatz	30
2.9	Zusammenfassung	31
3	Medienlandschaft in Österreich	32
3.1	Printmedien in Österreich	33
3.2	Fernsehen in Österreich	35
3.3	Hörfunk in Österreich	38
3.4	Verhältnis der Medien zur Politik in Österreich	39

4	Forschungsfragen	39
5	Empirische Untersuchung	40
5.1	Methodologie	40
5.2	Erhebungsmethode	42
5.3	Feldauswahl und Sampling	46
5.4	Auswertungsmethode	47
5.5	Qualitätssicherung	49
5.6	Methodenkritik	51
6	Empirische Ergebnisse	52
6.1	Journalistische Arbeit	52
6.2	Einflussfaktoren auf die Themenauswahl	56
6.3	Reaktionen auf die Berichterstattung	59
6.4	Themensetzung durch die Politik	62
6.5	Politischer Einfluss auf Journalismus	63
6.6	Zusammenspiel von Politik und Journalismus	69
6.7	Journalismus in Zeiten politischer Veränderungen	71
6.8	Änderungen für Medien aufgrund von politischen Veränderungen	73
6.9	Besonderheiten in der österreichischen Medienlandschaft	75
7	Beantwortung der Forschungsfragen	76
7.1	Generierung von Hypothesen	87

8 Conclusio und Ausblick.....	88
Literatur	92
9 Abstract	96
9.1 Deutsch.....	96
9.2 Englisch	97

1 Problemstellung

Die politische Kommunikationsforschung beschäftigt sich mit der Rolle der Massenmedien in Bezug auf den politischen Prozess. Die Fragen, die in diesem Kontext behandelt werden sind divers. Sie behandeln das Verhältnis des gesellschaftlichen Subsystems Massenkommunikation zu anderen Subsystemen, die Rolle einzelner Medienorganisationen im politischen Prozess und die Frage individueller Wirkungen der Massenmedien (Eichhorn, 2005).

Politische Handlungs- und EntscheidungsträgerInnen haben in der Gesellschaft eine Ordnungsfunktion. Sie entscheiden, welchen Interessen entsprochen wird und welche Konflikte Einzug in die Debatte finden. Dabei besitzen diese Handlungs- und EntscheidungsträgerInnen eine limitierte Kapazität für Entscheidungen. Im politischen Prozess herrscht zwischen den AkteurInnen häufig ein weitgehender Konsens, welchen Problemen die meiste Beachtung geschenkt wird. Die politische Tagesordnung ist durch diese Probleme geprägt. Interessensgruppen versuchen ihre Anliegen über die öffentliche Meinung in den politischen Entscheidungsprozess zu transportieren. Sie haben ein Interesse daran, welche Themen in den Massenmedien Anklang finden. Zwischen den Gruppen und den politischen Entscheidungsträgern stehen Gatekeeper. Abhängig von der Macht und dem Organisationsgrad einer Gruppe, setzen diese verschiedene Mittel ein, um die

eigenen Themen auf die Tagesordnung der Öffentlichkeit zu setzen (Eichhorn, 2005).

Die Überlegung, dass Interessensgruppen ihre Themen über das Mediensystem in die öffentliche Diskussion befördern möchten, lässt allerdings nicht den Schluss zu, dass ihnen das auch ohne Probleme gelingt. Der Erfolg des Unterfangens ist von den Medien – inwiefern sind sie in der Auswahl der Themen autonom und haben Schranken gegen externe Einflüsse aufgebaut – abhängig. Zunächst ist es wichtig, sich mit jenen Faktoren zu befassen, die einen Einfluss auf die Themenauswahl der Massenmedien haben. In der Kommunikationswissenschaft gibt es unterschiedliche Forschungstraditionen, die sich mit der Entstehung von publizistischen Aussagen aus verschiedenen und zum Teil ergänzenden Blickwinkeln beschäftigen (Eichhorn, 2005).

Politische Medienberichterstattung muss auf politische Institutionen und PolitikerInnen als Quelle zurückgreifen. Allerdings stellt sich dabei die Frage, in welchem Ausmaß JournalistInnen in ihrer Arbeit von der Quelle beeinflusst werden können. Politische AkteurInnen haben einen großen Einfluss auf die Agenda der Öffentlichkeit, weil sie die Medienagenden insofern determinieren, dass Medien der Themensetzung von politischen AkteurInnen folgen. Durch das Erzeugen von Ereignissen, die in der journalistischen Arbeit nicht ignoriert werden können, gelingt es PolitikerInnen die Medienberichterstattung zu beeinflussen. Dabei ist aber die Einflussmöglichkeit von politischen AkteurInnen begrenzt: Der Einfluss der

Regierung auf die Medien und darüber, was und wie berichtet wird, ist zwar enorm, dennoch kann man nicht von einer absoluten Abhängigkeit der Medienberichterstattung von der Politik sprechen. Das Verhältnis von PolitikerInnen und JournalistInnen ist von einer Rollenerwartung geprägt, wobei auf beiden Seiten Interesse an einer Kooperation besteht (Eichhorn, 2005).

Seit geraumer Zeit wird von einer stark prägenden Wirkung der Medien auf die Politik ausgegangen, da die Medien der Politik ihre Logik aufzwingt und sie dadurch unter Druck setzt, um so den Kampf um die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zu gewinnen (Steinmaurer, 2012).

2 Theoretische Einbettung

Die theoretische Basis für die Arbeit liefert der Agenda-Setting-Ansatz. Dieser wird in dem folgenden Kapitel näher beleuchtet.

2.1 Einleitung

In vielen Ansätzen der modernen Kommunikationswissenschaft steht die Überlegung, dass Massenmedien die Vorstellungen der Umwelt beeinflussen. Anfang der 1970er-Jahre prägen Maxwell McCombs und Donald Shaw (1972) den Begriff der Agenda-Setting-Funktion von Massenmedien. Durch eine

Schwerpunktsetzung in der Berichterstattung beeinflussen Massenmedien die öffentliche Aufmerksamkeit für ausgewählte Themen.

Klapper (1960) fasste die Abkehr vom Konzept der starken Massenmedien so zusammen, dass Massenmedien in erster Linie bestehende Einstellungen verändern würden und nur selten starke Einstellungsänderungen hervorrufen. Doch auch Klapper zeigt auf, dass es Bedingungen geben kann, unter denen massive und direkte Medienwirkungen zu erwarten sind. Medien besitzen unter anderem ein relativ hohes Wirkungspotenzial, wenn sie über neue Themen berichten, bei denen RezipientInnen noch wenig festgelegte Einstellungsstrukturen haben (Klapper, 1960).

In den Michigan-Studies zu den amerikanischen Präsidentschaftswahlen in den 1950er- und 1960er-Jahren wurden die Massenmedien als Einflussquelle zu meist noch ignoriert. Erst zu Beginn der 1970er-Jahre wurde der Rolle der Massenmedien im politischen Prozess mehr Bedeutung zugeschrieben (Eichhorn, 2005).

In den klassischen Studien der 1940er-Jahre standen die Einstellung zu PolitikerInnen und Parteien sowie das Wahlverhalten im Fokus des Interesses. Nachweisebare direkte Einflüsse der Medien auf das Wahlverhalten wären von enormer Brisanz gewesen, das Interesse der Öffentlichkeit und politischer Parteien war dementsprechend groß. Der Wirkungsforschung ist es jedoch nicht gelungen, Medieneffekte in diesem Gebiet nachzuweisen. Das Forschungsinteresse wandte

sich von der Verhaltens- und Einstellungsänderung zur menschlichen Informationsverarbeitung hin. In den 1960er-Jahren konnte man in der Politikwissenschaft die Blütezeit der Rational-Voter-Modelle miterleben. Diese nahmen an, dass Wahlentscheidungen von mehreren kognitiven sowie affektiven Komponenten abhängen würden. Studentenrevolten in Europa und die Bürgerrechtsbewegung in den USA verdeutlichten, dass sich die Beteiligungsmöglichkeit am politischen Prozess nicht auf Wahlen beschränken ließ. Aus dieser Erkenntnis heraus wurde bei der Frage nach der Wirkung von Massenmedien nicht bei Einstellungsänderungen halt gemacht, sondern auch der Frage nachgegangen, welche Informationsleistung von Massenmedien hervorgeht und ihr Potential zur Stimulation von Partizipationsbereitschaft erforscht (Eichhorn, 2005).

Bereits in der klassischen Wahlstudie stellten ForscherInnen fest, dass eine wesentliche politische Funktion der Massenmedien in der Vermittlung von Informationen besteht. Das steigende Interesse an dieser Funktion in den frühen 1970er-Jahren ist beispielhaft für eine breite Entwicklung in den Sozialwissenschaften. Zu diesem Zeitpunkt wurden vermehrt ForscherInnen mit journalistischem Hintergrund in der Kommunikationswissenschaft aktiv, zu denen auch Maxwell McCombs und Donald Shaw gehörten (Eichhorn, 2005).

2.2 Der Agenda-Setting-Ansatz

„... the press is significantly more than a purveyor of information. It may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about“. (Cohen, 1963)

Bereits im Jahr 1963 umschreibt Bernard Cohen den Ausgangspunkt einer Forschungstradition. Diese ist inzwischen mehrere Jahrzehnte alt. Es handelt sich dabei um Agenda-Setting. In den vergangenen Jahrzehnten wurden hunderte Studien durchgeführt, die sich mit der Frage beschäftigten, ob Massenmedien wirklich so erfolgreich dabei sind, den RezipientInnen zu suggerieren, worüber sie nachdenken (Eichhorn, 2005).

In der Agenda-Setting-Forschung steht der Versuch herauszufinden, ob RezipientInnen Themen für wichtiger erachten, wenn auf diese in der Berichterstattung ein besonderes Augenmerk gelegt wird, im Vordergrund. Im Mittelpunkt dieses Ansatzes steht nicht die Frage, ob Medien das Verhalten und die Einstellung der RezipientInnen beeinflussen, sondern wie der Grad der Bedeutung eines Themas in der öffentlichen Diskussion beeinflusst werden kann (Rauchenzauner, 2008).

Bereits 1922 stellte Walter Lippmann Überlegungen an, die in die Richtung des Agenda-Setting-Ansatzes gehen. Er beschreibt dabei, dass es notwendig ist über

eine imaginäre Landkarte zu verfügen, die der Orientierung in der sozialen Umwelt dient (Rössler, 2013). Bernhard C. Cohen führt diese Überlegung weiter aus und stellt die These auf, die als Ausgangspunkt für die Agenda-Setting-Forschung verstanden wird (Eichhorn, 2005). Diese besagt, dass Medien zwar keinen bedeutenden Einfluss darauf haben, was die Öffentlichkeit über einzelne Themen denkt, sehr wohl jedoch darauf, worüber das Publikum nachdenkt (Rauchenzauner, 2008).

Beim Agenda-Setting-Ansatz geht es darum, welche Bedeutung Massenmedien einem Thema zuschreiben und worüber RezipientInnen mit welcher Priorität nachdenken (Fechner, 2018).

2.3 Die Chapel-Hill-Studie

Die Kommunikationsforscher Maxwell McCombs und Donald Shaw gelten als Vorreiter der Agenda-Setting-Studien. 1972 stellten sie die Chapel-Hill-Studie vor. Ausgangspunkt der Studie war der amerikanische Präsidentschaftswahlkampf von 1972. Es wurde die Wirkung der Medien durch ihre Themenauswahl auf die WählerInnen und deren Wahl bei der Präsidentschaftswahl erforscht. Es wurde ein Vergleich angestellt zwischen den Themen, mit denen die Medien sich beschäftigten und den Themen, die die WählerInnen in den Kampagnen für wichtig erachteten (McCombs & Shaw, 1972; Rauchenzauner, 2008). Ausgangspunkt der Studie ist die Überlegung, dass Informationen über Wahlkampfthemen umso besser gelernt

werden, desto mehr Beachtung sie in der Berichterstattung bekommen. Darauf bauen die Autoren die Hypothese auf, dass Medien einen Einfluss auf die Agenda von Wahlkämpfen haben (Eichhorn, 2005; Fechner, 2018).

Um diese Hypothese zu überprüfen, kombinieren die Forscher die Methode der Befragung mit einer Inhaltsanalyse der Massenmedien im gleichen Zeitraum und am gleichen Ort. Aus beiden Erhebungen wird für die Bevölkerung und die Medien je eine Rangreihenfolge der wichtigsten Themen konstruiert. Es wurde dabei nach Umfang der Berichterstattung und Häufigkeit der Nennung gereiht. Das Sample bestand aus 100 zufällig ausgewählten BewohnerInnen der Stadt Chapel Hill, die in weiterer Folge zwischen unentschlossenen und entschlossenen WählerInnen unterschieden wurden, wobei nur die unentschlossenen WählerInnen weiter befragt wurden. Zur gleichen Zeit wurde eine Analyse der Medien durchgeführt, die von den Befragten genutzt wurden. Die Untersuchung unterschied weiters zwischen „minor items“ und „major items“. Es zeigte sich eine Korrelation zwischen den Themen, die wichtig für die Befragten waren und in den Medien Beachtung fanden. Das Ergebnis der Studie zeigte einen starken Zusammenhang zwischen den Nennungen von Wahlkampfthemen durch die Befragten und der Medienberichterstattung. McCombs und Shaw schlossen daraufhin auf einen engen Zusammenhang zwischen der Themenstruktur in den Medien und den thematischen Prioritäten der WählerInnen (Eichhorn, 2005; Rauchenzauner, 2008).

Die methodische Anlage der Studie bringt starke Einschränkungen hinsichtlich der Verallgemeinerung der Hypothese. Ein Grund dafür ist, dass die Befragten zum Befragungszeitpunkt in ihrer Wahlentscheidung unentschlossen waren, was das Bedürfnis nach wahlrelevanten Informationen verstärkt haben dürfte. Außerdem bezieht sich die Studie auf einen Wahlkampf, sprich auf einen Zeitpunkt, zu dem das Interesse an politischen Informationen außergewöhnlich groß ist. Ein weiterer Grund ist, dass der Vergleich von Umfrage- und Inhaltsanalysedaten auf aggregiertem Niveau erfolgt, was keine Schlussfolgerung auf individuelle Wirkungsprozesse zulässt. Darüber hinaus ist die Stichprobe sehr klein (Eichhorn, 2005).

Trotz ihrer Bedeutung wurde die Studie zum Teil heftig kritisiert. So machte Renate Ehlers (1983) auf die methodischen Mängel aufmerksam. Diese erstreckten sich auf die fehlende Erhebung über die Nutzung der Medien, das zu kleine WählerInnensample und den Vergleich von aggregierten statt individuellen Daten.

Auch Hans-Bernd Brosius (1993) kritisierte die Studie. Seine Kritik bezog sich darauf, dass die Studie von McCombs und Shaw als Querschnittstudie angelegt war. Dieses Design stößt auf Kritik, weil es nicht möglich ist, die Richtung des Zusammenhangs zwischen RezipientInnen-Agenda und Medienagenda festzustellen und auch die kausale Beziehung nicht festgestellt werden kann, da die Struktur des Prozesses nicht nachvollziehbar ist. Außerdem kann die

Zeitverzögerung zwischen Veränderungen in der Berichterstattung und jenen in der Themenstruktur der RezipientInnen nicht beschrieben werden. Dennoch bietet die Studie eine Grundlage für die weitere Forschung in diesem Gebiet (Rauchenzauner, 2008).

Die Forscher sind sich der begrenzten Aussagekraft der Studie bewusst, sehen aber dennoch eine Gültigkeit der Hypothese darin, dass der Zusammenhang zwischen der RezipientInnen-Agenda mit der Medien-Agenda stärker ist, als zwischen den Themenpräferenzen der Befragten, die zu gewissen KandidatInnen tendierten, und den Themen, die die jeweiligen KandidatInnen in den Fokus stellten. Doch die Aussagekraft des Vergleichs ist gering, weil nur unentschlossene WählerInnen bei der Befragung teilgenommen haben, die bloß eine geringe Neigung zu gewissen KandidatInnen entwickelt hatten. Nichtsdestotrotz weisen die Autoren Einwände gegen die Gültigkeit der festgestellten Zusammenhänge zurück. Schlussendlich blieb nur die Annahme, dass die Themenpräferenzen der RezipientInnen durch die Medienberichterstattung bestimmt werden. Die Feststellung einer Korrelation zwischen zwei Variablen bietet keine ausreichende Grundlage für die Behauptung eines kausalen Zusammenhangs zwischen den beobachteten Phänomenen. Die Agenda-Setting-Hypothese gibt in ihrer ursprünglichen Form keinen Hinweis, auf welche Art RezipientInnen in ihren Themenpräferenzen beeinflusst werden. Doch die Autoren deuten darauf hin, dass es unabdingbar ist, Erklärungsversuche auf der persönlichen Ebene anzusetzen: Wenn die These der Themensetzung durch

Massenmedien akzeptiert wird, bedeutet das, dass auch die Medien als mächtiger Wirkungsfaktor Akzeptanz erlangen. Das macht sie allerdings nicht zu den mächtigen Medien, die im Gesellschaftssystem unabhängig von anderen Faktoren Macht ausüben können. In der Chapel-Hill-Studie wird den Medien keine aktive Rolle zugeschrieben. Bei den „major items“ gibt es eine massive Übereinstimmung zwischen den untersuchten Medien, die von den Autoren wie folgt erklärt wurde:

„Although there is no explicit, commonly agreed-upon definition of news, there is a professional norm regarding major news items.“ (McCombs/Shaw, 1972)

Daran anschließend stellt sich die Frage, auf welche Art professionelle Normen zustande kommen und welche Nachrichten ihnen entsprechen: Wie wird die Agenda für die Massenmedien gesetzt und von wem (Eichhorn, 2005)?

2.4 Zentrale Konstrukte des Agenda-Setting-Ansatzes

Im Agenda-Setting-Prozess kann zwischen drei Komponenten unterschieden werden, die den Prozess beeinflussen können. Das sind Medien, Politik und Publikum, wobei zwischen den einzelnen Komponenten Interdependenzbeziehungen bestehen und aus deren Interaktion drei Formen von

Agenda-Setting entstehen. Das ist zum einen Media-Agenda-Setting mit einem Einfluss des politischen Systems oder der Öffentlichkeit auf die Medienagenda. Zum anderen entsteht daraus Public-Agenda-Setting mit einem Einfluss des politischen Systems oder der Medien auf die Agenda der Öffentlichkeit. Zuletzt gibt es Policy-Agenda-Setting mit einem Einfluss der Medien oder der Öffentlichkeit auf die politische Agenda. Zu erwähnen ist weiters, dass zwischen den drei Komponenten Medien, Öffentlichkeit und politisches System eine wechselseitige Abhängigkeit herrscht (Rauchenzauner, 2008).

In der Agenda-Setting-Forschung ist die Wichtigkeit (Saliency) von Themen (Issues) die zentrale Variable. Für beide Begriffe liegen nur unzureichende Definitionsversuche vor und damit auch eine Vielzahl von Operationalisierungen (Eichhorn, 2005).

„Issue“ wird zumeist mit dem Wort „Thema“ ins Deutsche übersetzt, was eine unzureichende Übersetzung für den ursprünglichen Sinn des Wortes ist. Denn die Denotation dieses Begriffs ist um einiges umfangreicher als die ihres englischen Pendant. Eine engere Definition für den deutschen Begriff ist „politische Eingrenzung“. Die am weitest verbreitete Definition des Wortes „Issue“ beschränkt sich auf soziale und politische Probleme. Als passende Übersetzung bietet sich somit der Begriff „öffentliche Streitfrage“ an. Im Folgenden wird der eingangs

erwähnte Begriff „Thema“ synonym für „öffentliche Streitfrage“ verwendet (Eichhorn, 2005).

Die verschiedenen Konzepte „Issue“ und „Thema“ haben auch Gemeinsamkeiten (Eichhorn, 2005):

- Ein „Issue“ bezieht sich auf ein bestimmtes Geschehnis oder auf eine Gruppe von zusammenhängenden Geschehnissen.
- Vorgänge, die mit dem Geschehnis zusammenhängen sind einem „Issue“ zuzuordnen. Dazu gehören nachfolgende Informationen, Interpretationen und Handlungsmuster. Medien dürfen dabei eine Rolle spielen.
- Ein „Issue“ bezieht sich nicht auf private, sondern öffentliche Sphären. In der Regel hängen „Issues“ mit gesellschaftlichen Subsystemen zusammen. Wenn ein Bezug auf einzelne Personen vorliegt, betrifft es die öffentlich relevante Rolle der Person und nicht die private.
- „Issues“ können als Netzwerke betrachtet werden, denn für ein „Thema“ ist mindestens ein übergeordnetes Thema zu finden.

Unterschiedliche Kategorienbreiten weisen eine Problematik auf. Denn je nachdem, ob ein „Thema“ als großer Bereich der öffentlichen Diskussion aufgefasst wird, oder ob man sich mit einzelnen Themenbereichen umfasst, wird man auf verschiedene Prozesse der Veränderung von Themen treffen. Große Wirkungspotenziale und

massive Sprünge in der Dynamik von Themen lassen lediglich eng umgrenzte Themen zu (Eichhorn, 2005).

In Bezug auf die Wichtigkeit (Salience) hat sich in der Forschung eine Einteilung etabliert. Dabei wird zwischen Perceived Community Salience – von einer Person in der Öffentlichkeit wahrgenommene Wichtigkeit eines Themas –, Interpersonal Salience – wie häufig eine Person mit anderen über ein bestimmtes Thema spricht – und Intrapersonal Salience – persönliche Wichtigkeit eines Themas – unterschieden. Es wird von einer hierarchischen Beziehung ausgegangen. Dabei ist die Wahrnehmung der Wichtigkeit am leichtesten zu beeinflussen, dann das Kommunikationsverhalten und zuletzt die Einstellung. Innerhalb dieser Wirkungshierarchie lassen sich weiters auch Zusammenhänge vermuten. Die öffentliche Wahrnehmung der Wichtigkeit von Themen führt dazu, dass Personen über diese Themen sprechen. Das beeinflusst wiederum ihre Einschätzung der Bedeutung von Themen. Jede Komponente kann die anderen unter bestimmten Bedingungen beeinflussen. Die wahrgenommene Bedeutung eines Themas in den Medien dürfte am einfachsten durch die Häufigkeit des Auftretens dieses Themas in den Medien beeinflussbar sein. Aus dieser beobachteten Häufigkeit schließen RezipientInnen daraus, wie wichtig ein bestimmtes Thema für jene Personen ist, die für die Medieninhalte verantwortlich sind (Eichhorn, 2005).

Bei der Übersetzung des Begriffs „Salience“ mit dem deutschen Begriff „Wichtigkeit“ ergibt sich eine ähnliche Problematik wie bei „Thema“ und „Issue“. In der Literatur wird darauf hingewiesen, dass zwischen Salienz und Wichtigkeit ein wichtiger Unterschied besteht. Wichtigkeit ist eine affektive Einschätzung und Salienz die Auffälligkeit eines Attributes. In der Operationalisierung der Frage nach der Wichtigkeit von Themen spiegelt sich der Unterschied zwischen Salienz und Wichtigkeit wider (Eichhorn, 2005).

Ursprünglich betrifft Agenda-Setting nicht den Einfluss der Medien auf die Bedeutsamkeit von gewissen Themen, sondern vielmehr auf die Rangordnung von Themen. Medien ordnen Themen je nach Umfang der Berichterstattung Ränge zu. Auf der RezipientInnenseite wird eine Rangreihenfolge durch den Vergleich der Häufigkeit der Nennungen mit der auf einer Skala angeordneten individuellen Bedeutsamkeit erreicht. Die inhaltliche Bedeutung entspricht nicht der Summe der persönlichen Informationen, obwohl die Rangreihenfolge aus der Aggregation der persönlich genannten Themen besteht. Eine Rangordnung der Themen impliziert die Eindimensionalität der Struktur der Themen (Eichhorn, 2005).

2.5 Wirkungsmodelle der Agenda-Setting-Forschung

Zur Erklärung der Kausalbeziehung zwischen der Publikumsagenda und Medienagenda kann zwischen drei Wirkungsmodellen unterschieden werden (Ehlers, 1983; Rauchenzauner, 2008; Rössler 2013):

- Awareness-Modell: RezipientInnen übernehmen die Themenrangreihenfolge der Medien spiegelbildlich. Die Wichtigkeit der Themen und das Verhältnis der Themen zueinander werden dabei außer Acht gelassen. Es geht um die Reichweite der Themen und nicht um deren Bedeutung.
- Saliency-Modell: Integration des Grads der Zuschreibung von Wichtigkeit als inhaltlicher Aspekt in die Annahme. Das Verhältnis der Themen untereinander wird auch bei diesem Modell nicht beachtet.
- Priorities-Modell: Betrachtung der Relation der Themen zueinander. Dieses Modell formuliert eine Hypothese über die Beziehung zwischen den einzelnen Themen.

Die ursprüngliche Formulierung des Agenda-Setting-Ansatzes liegt in der Tradition des SR-Modelles. Doch bereits von McCombs und Shaw (1972) wurden für ihre Studie Personen ausgewählt, die im Wahlkampf noch unentschlossen waren. Was die Annahme zulässt, dass die ausgewählten Personen besonders empfänglich für Thematisierungseffekte sein dürften. Das Motiv des Bedürfnisses nach Orientierung

in einer schwer überschaubaren politischen Umwelt wurde im Agenda-Setting-Ansatz als intervenierende Variable anerkannt. Obwohl die Gültigkeit dieser Annahme von den Forschern nicht überprüft wurde (Eichhorn, 2005).

Damit entwickelte sich das Wirkungsmodell der Agenda-Setting-Forschung attributionstheoretischorientiert. Das bedeutet, dass bei der Erforschung der Ursache der Handlung eines Menschen drei Variablenkomplexe von Bedeutung sind. Dazu gehören die Kompetenz und Motivation einer Person sowie die äußeren Umstände (Eichhorn, 2005).

Der Agenda-Setting-Ansatz alleine bietet keine Information darüber, wie die Medienagenda zustande kommt und von wem diese beeinflusst wird. Dafür muss eine Weiterentwicklung des Agenda-Setting-Ansatzes herangezogen werden (Heiss, 2012), die im folgenden Kapitel 2.6. näher erläutert wird.

2.6 Weiterentwicklung des Agenda-Setting-Ansatzes

Unter dem Agenda-Setting-Ansatz wird verstanden, dass verschiedene Themen in einem bestimmten Teilsystem unterschiedlich oft behandelt werden. Die relative Wichtigkeit von Themen – die als Salienz bezeichnet wird – in einem Teilsystem hat einen Effekt auf die Wahrnehmung relativer Wichtigkeit der Themen in einem anderen Teilsystem. Ein großer Teil der Agenda-Setting-Forschung fokussiert sich auf das Verhältnis von den beiden Teilsystemen Medien und Öffentlichkeit. Bei

diesem Verhältnis wird vorrangig die Wirkungsrichtung des Einflusses der Medienagenda auf die Publikumsagenda untersucht. Also ob die Themenpriorität der Medien die des Publikums beeinflusst. Dieser Ansatz wurde zum Second-Level-Agenda-Setting weiterentwickelt, wobei das „Wie“ in den Vordergrund rückt. Sprich, die Annahme, dass Agenda-Setting nicht nur beeinflusst worüber RezipientInnen nachdenken, sondern auch wie sie darüber nachdenken. Die klassische Agenda-Setting-Forschung untersucht eine Wirkungsrichtung, und zwar den Einfluss der Medien auf RezipientInnen. Wie allerdings die Medienagenda gebildet wird, wird als Agenda-Building bezeichnet (Kovic, 2017).

Seit den 1960er-Jahren beschäftigt sich die Agenda-Setting-Forschung mit der Frage, wie öffentliche Meinungen entstehen, wie öffentliche Themen zustande kommen und welche Rolle dabei Massenmedien spielen. Seitdem McCombs und Shaw (1972) einen empirischen Nachweis für den Agenda-Setting-Ansatz erbracht haben, hat sich eine vielfältige Forschungsaktivität rund um die Agenda-Setting-Funktion von Massenmedien entwickelt. Die Ursprungsannahme wurde dabei weiterentwickelt. Ein Teilbereich dieser Weiterentwicklung setzt sich nicht mit der Frage auseinander, welche Rolle die Medien bei der Entstehung der öffentlichen Agenda haben, sondern befasst sich mit der Frage, wer Einfluss auf die Medienagenda hat. Bei diesem Forschungsinteresse wird von Agenda-Building-Forschung gesprochen. Die Forschung richtete von Beginn an ihr Augenmerk auf die Frage nach dem verschiedenen Zugang der Quellen zu Medien. Dahinter stand die Annahme, dass jene Personen, die über ökonomische oder politische Macht

verfügen, einen stärkeren Einfluss auf JournalistInnen ausüben können, als jene, die über diese Macht nicht verfügen. Vor allem offizielle Quellen – zum Beispiel amtliche Quellen der US-Regierung – nehmen Einfluss auf die Medienberichterstattung. Bei JournalistInnen gelten Regierungsquellen als vertrauenswürdig und zuverlässig und als Informationen von hoher Nachrichtenrelevanz (Raupp & Vogelgesang, 2009).

2.6.1 Der Agenda-Building-Ansatz

Politische Akteure haben ein Interesse daran ihre Anliegen in der Berichterstattung zu platzieren. Die Agenda-Building-Forschung, die sich aus dem Agenda-Setting entwickelte, beschäftigt sich insbesondere damit, dass politische AkteurInnen einen Einfluss auf die Medienagenda ausüben. Das bedeutet, dass der Agenda-Building-Ansatz im Gegensatz zum Agenda-Setting das Zustandekommen von Medienagenden aufgreift, während Agenda-Setting auf die Beeinflussung der RezipientInnenagenda durch die Medienagenda anstrebt (Heiss, 2012).

Lang und Lang (1991) kommen in ihrer Studie über die Watergate-Affäre als Wahlkampfthema der Präsidentschaftswahlen in Amerika 1972 zu dem Schluss, dass die Vorstellung von Agenda-Setting als direkter Medienwirkungsprozess zu kurz greift. Sie schlagen daraufhin einen mehrstufigen Prozess vor:

1. Medien erregen die Aufmerksamkeit für spezielle Themen in der Öffentlichkeit. Es gibt Unterschiede zwischen dem Ausmaß der

Berichterstattung, das nötig ist, damit die Öffentlichkeit auf ein „Issue“ aufmerksam wird.

2. Um Identifikation zu erzeugen, muss die öffentliche Aufmerksamkeit auf einen bestimmten Aspekt des „Issues“ gelenkt werden.
3. Es folgt eine Verknüpfung des Themas mit Symbolen der politischen Kultur.
4. Es werden themenbezogene Meinungen und Interessen artikuliert.

Bei diesem Modell wird die Macht der Massenmedien als Agenda-Setter eingeschränkt und in ihrer Wirkungsweise und Einbindung in das politische System spezifiziert. Die Watergate-Affäre hatte 1972 keine Auswirkungen auf den Wahlkampf, weil der Agenda-Building-Prozess noch nicht abgeschlossen war. Das Modell gibt bloß einen Rahmen für den Agenda-Building-Prozess und die Rolle der Massenmedien vor (Eichhorn, 2005). Resultate innerhalb der Agenda-Setting-Forschung, die auf einen komplexeren Prozess des Agenda-Buildings hindeuten, finden sich in der Studie von Siune und Borre (1975). Die Ergebnisse besagen, dass die Themenpräferenz der Öffentlichkeit nicht direkt von den Massenmedien gesteuert wird. Von Megwa und Brenner (1988) wird der Rahmen, innerhalb dessen Effekte des Agenda-Settings untersucht werden sollten, erweitert. Interessensgruppen sind für die Kreationen von „Issues“ in den Medien verantwortlich. Die Medien haben die Aufgabe die „Issues“ zu expandieren und agieren somit als Filter oder Verstärker (Eichhorn, 2005).

Agenda-Building umfasst relevante Prozesse zur Herstellung der Medienagenda. Das Konzept verdeutlicht unter anderem den Einfluss der Politik auf die Medienberichterstattung und in Folge dessen auch, dass auch die Medienagenda ein Ergebnis von komplexen Selektionsvorgängen innerhalb einer Medienorganisation ist, und nicht isoliert betrachtet werden darf. Es handelt sich um einen komplexen Prozess, bei dem Ereignislagen und wechselseitige Erwartungen eine Rolle spielen (Fechner, 2018).

2.6.2 Der Media-Agenda-Building-Ansatz

Die Publikums-, Medien- und politische Agenda können sich gegenseitig beeinflussen. Aber auch wenn sich Politik und Medien in Hinblick auf ihre Agenden beeinflussen können, so erfolgt die Verarbeitung und Selektion eines bestimmten „Issues“ auf Basis der eigenen Operationslogik. Die politische Agenda hat eine Sonderstellung. Das politische System verfügt über die Funktion der Verabschiedung allgemeinverbindlicher Entscheidungen, die die Umwelt aller anderen AkteurInnen beeinflusst. Weil das Interesse in der vorliegenden Arbeit auf dem Verhältnis zwischen Politik und Medien liegt, ist die Agenda des Publikums nicht relevant (Schmid-Petri, 2012).

Politische AkteurInnen sind zur Mobilisierung von Unterstützung auf die Beeinflussung des öffentlichen Diskurses angewiesen. Wahlausgänge sind von der Themenagenda der Medien abhängig. Vor diesem Hintergrund ist es erstaunlich,

dass es bisher wenig erforscht wurde, wie PolitikerInnen versuchen auf die politische Debatte Einfluss zu nehmen. Im Zeitalter des Internets dienen immer noch klassische Medienorganisationen wie Printmedien und Fernsehen als Hauptinformationsquelle für WählerInnen. Daher sind diese für PolitikerInnen wichtige Bezugspunkte. Aufgrund dessen sind politische AkteurInnen darauf angewiesen, dass ihre Botschaften die Schleusen der medialen Gatekeeper passieren. Politische Kommunikationsstrategien und die Auswirkungen auf JournalistInnen sind bisher wenig erforscht worden. Die individuelle Ebene ist wenig beachtet worden (Riedl, Mühl, Maurer 2018).

2.7 Einflüsse auf die Agenda

Es ist naheliegend, dass die Entscheidung, Probleme oder Ereignisse zu thematisieren, zum Teil bei den Medien liegt und zum Teil auch außerhalb. Ein Prozess, der in diesem Zusammenhang nicht zu unterschätzen ist, ist das Inter-Media-Agenda-Setting. Es besagt, dass auch JournalistInnen Nutzer von Medien sind. Insbesondere die Berichterstattung über ein Thema in elitären Medien schafft es die Aufmerksamkeit zu wecken. So beeinflusst beispielsweise die Presse die Agenda des Fernsehens. Im intermediären Agenda-Setting-Prozess wird auf vier Faktoren Bezug genommen, die die Medienagenda beeinflussen (Eichhorn, 2005):

- Struktur der Gesellschaft,
- Entwicklung der realen Welt,

- Spektakuläre Geschehnisse,
- Gatekeeper und einflussreiche Medien.

Besondere Beachtung müsse man den Quellen schenken. Damit sind die PrimärkommunikatorInnen gemeint, die die Auswahl der Themen stark beeinflussen können. Insbesondere PolitikerInnen versuchen die Medienagenda zu instrumentalisieren, um die eigenen Themen an die Öffentlichkeit zu bringen, was vor allem in Zeiten eines Wahlkampfes besonders wichtig ist. Dabei ist das Verhältnis von JournalistInnen und PolitikerInnen mit einem Tauziehen vergleichbar. Denn JournalistInnen sind auf der einen Seite meist nicht daran interessiert, die politische Agenda einfach zu übernehmen und probieren eigene Themen in die Debatte einzubringen. Viele Faktoren sind ausschlaggebend dafür, wer im Tauziehen um die Agenda im Wahlkampf die Oberhand behält. In diesem Kontext ist Agenda-Setting kein linearer Prozess, sondern besitzt teilweise eine sprunghafte Dynamik, die von den beteiligten AkteurInnen abhängt. Doch PolitikerInnen sind nicht die einzigen, die Einfluss auf die Medienagenda auszuüben versuchen. Auch Teilen des Publikums wird ein Einfluss auf die Medienagenda zugeschrieben (Eichhorn, 2005).

PolitikerInnen nutzen Medien als Quelle der Information über die Meinung in der Öffentlichkeit. Es ist naheliegend, ein Wechselseitiges Verhältnis zwischen der Agenda in der Politik und der Medienagenda zu vermuten. Medien können die politische Agenda nicht ignorieren, ohne ihren Auftrag der Informationsbereitstellung

für die Öffentlichkeit zu vernachlässigen. Auf der anderen Seite dürfen PolitikerInnen von der Berichterstattung in den Medien nicht unbeeinflussbar bleiben (Eichhorn, 2005).

Der komplexe Ansatz des Agenda-Building-Prozesses kann noch einen Schritt weitergeführt werden. Um den Prozess ausreichend abbilden zu können, ist es nötig, die Konzepte des Agenda-Settings und des Agenda-Buildings zusammenzuführen. Die politikwissenschaftliche Forschung des Agenda-Buildings beschäftigt sich mit der Frage, wie öffentliche Aufmerksamkeit für ein Problem in Handlungen politischer AkteureInnen umgesetzt wird. Dabei wird zwischen der Medien-Agenda, der politischen Agenda und der öffentlichen Agenda unterschieden. Diese Agenden werden als dreidimensionale Konstrukte betrachtet, wobei Elemente der verschiedenen Agenden zum Teil korrespondieren. Jede Agenda stellt ein komplexes System dar. Beim Interaktionsmuster zwischen den einzelnen Agenden muss auch die innere Dynamik einer Agenda berücksichtigt werden (Eichhorn, 2005).

2.8 Kritik am Agenda-Setting-Ansatz

Nach der von den McCombs und Shaw zuerst durchgeführten Studie entwickelte sich die Agenda-Setting-Forschung in einem hohen Tempo zu einem der aktivsten Bereiche der Kommunikationsforschung. Aufgrund der hohen Zahl an Studien ist die Forschungsrichtung von einer geringen theoretischen und methodischen Konsistenz

geprägt. Die Problematik des Konzepts beschränkt sich nicht nur auf das Verhältnis von Publikum und Medien. Wenn die Agenda-Setting-Hypothese als Testfall für die Entscheidung zwischen dem Modell der machtlosen und der mächtigen Medien wird, dann muss man bestimmen, ob die Medien bei der Erstellung der Themenagenda abhängig oder frei von externen Einflüssen sind. Der Agenda-Setting-Forschung mangelt es bis heute an Replikation. Auch die Agenda-Setting-Hypothese hat keine angemessene Überprüfung erfahren. Es liegt weder eine ausreichende Operationalisierung oder Konzeptionalisierung vor, noch sind die Forschungsdesigns für die Überprüfung kausaler Zusammenhänge geeignet. In vielen grundlegenden Fragen ist die Forschung inkonsistent geblieben. Der Literaturüberblick in diesem Kapitel stützt die skeptische Haltung und die Forderung eines integrativen Agenda-Setting-Konzepts, das über Medienwirkung auf die Öffentlichkeit hinausgeht und auch Politik und Interessensgruppen miteinbezieht (Eichhorn, 2005).

2.9 Zusammenfassung

Der Agenda-Setting-Ansatz postuliert, dass Massenmedien in der Lage sind, die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit und von Individuen auf spezifische Themen zu lenken. Im Laufe der Jahrzehnte entwickelte sich die Theorie zu einem differenzierten Ansatz, der eine hohe Zahl von Bedingungen spezifiziert, die das Auftreten des Agenda-Setting-Effekts beeinflussen. Die Bedingungen, die die Wirkung von Agenda-Setting moderieren, werden als Transaktionen zwischen

massenmedialen Inhalten, und den Bedingungen unter denen sie rezipieren, bezeichnet. Die Hinwendung von RezipientInnen zu Medien führt zur Thematisierung von spezifischen „Issues“ als Nebeneffekt. Die Agenda-Setting-Funktion von Massenmedien stellt eine latente Funktion der Massenmedien dar. Der Agenda-Setting-Ansatz baut auf einer Theorie des Orientierungsverhaltens auf. Die Unterteilung der Entwicklung des Agenda-Setting-Ansatzes wird rückblickend in vier Phasen unterteilt. In der ersten Phase wurde das Konzept auf eine allgemeine Verwendbarkeit hin überprüft. In der zweiten Phase wurden kontingente Bedingungen formuliert. In der dritten Phase kam es zu einer Ausweitung des Agenda-Konzepts. In der vierten Phase wird der Fokus des Agenda-Setting-Prozesses von der Medien-Publikums-Beziehung auf andere Beziehungen gelegt. Dabei steht die Frage nach der Entstehung der Medien-Agenda im Mittelpunkt. Die Phasen lösen einander nicht ab, sondern ergänzen sich gegenseitig (Eichhorn, 2005).

3 Medienlandschaft in Österreich

Tageszeitungen, Fernsehen und Hörfunk zählen zu Massenmedien und erfüllen wichtige Funktionen für die Gesellschaft. Alle Funktionen haben eine Auswirkung auf das Verhältnis zwischen Politik und Medien (Steinmaurer, 2012).

Die Medienlandschaft in Österreich weist im europäischen Vergleich einige Spezifika auf. Die Verantwortung für diese Umstände trägt unter anderem die Tatsache, dass die Einführung des dualen Rundfunksystems erst spät erfolgte. Daraus resultierte eine nach wie vor bestehende, dominante Stellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (ORF) im Bereich Hörfunk und Fernsehen. Die österreichische Medienlandschaft ist außerdem vom größeren und gleichsprachigen Nachbarmarkt in Deutschland geprägt, was eine weitere Besonderheit darstellt. In Österreich selbst ist der Medienmarkt überschaubar und kleinräumig. Der vergleichsweise große Medienmarkt in Deutschland bietet auch dem österreichischen Publikum eine Auswahl an Fernsehkanälen, Zeitungen und Magazinen. Der Pressemarkt in Österreich ist darüber hinaus von einer europaweit einzigartig hohen Konzentration geprägt. Das hat zur Folge, dass dieser Sektor von wenigen Verlagsgruppen kontrolliert wird. Der Zeitungsmarkt wird außerdem von ausländischen Einflüssen – insbesondere deutschen Eigentümern – beherrscht (Filipovic, 2014).

In den folgenden Subkapiteln soll ein knapper Überblick über die österreichischen Printmedien, das Fernsehen sowie über den Hörfunk in Österreich gegeben werden.

3.1 Printmedien in Österreich

Im Jahr 1621 startet in Österreich die Geschichte der Printmedien – in Wien erschien die erste wöchentliche Zeitung. Das Pressewesen erlebte bis 1948 eine starke Reglementierung bis es zu einer Modernisierung durch die Lockerung der

Zensurpraxis kam. In der Zeit von 1913 bis 1933 und 1934 bis 1945 wurde die Presse im Rahmen der politischen Situation gleichgeschaltet. Im Nationalsozialismus kam es zu einer propagandistischen Lenkung. Ein Jahr nach Ende des Zweiten Weltkriegs waren 36 Titel am Markt. Diese Vielfalt wurde dann 1947 reduziert. Nachdem 1955 die Besatzungsmächte das Land verlassen hatten, ging die Zahl der Zeitungen nochmals zurück (Steinmaurer, 2012).

Einen Umbruch in der Presselandschaft gab es dann erneut Ende der 1980er-Jahre. Zu dieser Zeit begann das Engagement von deutschen Zeitungsverlagen in Österreich. So beteiligte sich der Verlag der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ) an den damals größten Zeitungen: Der „Kronen Zeitung“ und dem „Kurier“. 1988 haben die beiden Zeitungen durch eine Zusammenführung die „Mediaprint“ gegründet. Das gemeinsame Tochterunternehmen übernahm Vertrieb, Druck und Anzeigeakquisition der beiden Zeitungen. Weitere Beteiligungen am österreichischen Markt folgten durch die Verlage Springer oder Bertelsmann. Anfang der 2000er-Jahre erschien mit „Mediamil“ ein neuer Verlagsriese auf dem österreichischen Markt. Es handelte sich um eine Verbindung zwischen der „Mediaprint“ und der Tochter „ZVB“, wodurch es zu einer Erhöhung des Marktdrucks für die Konkurrenz kam und sich die Konzentration verschärfte (Steinmaurer, 2012).

Der Pressemarkt in Österreich ist durch die höchste Pressekonzentration Europas gekennzeichnet. Der Tageszeitungen- und Zeitschriftenmarkt wird von wenigen Verlagshäusern dominiert. Der Zeitungsmarkt ist verflochten und konzentriert,

obwohl in den vergangenen Jahren neue Zeitungen auf den Markt gekommen sind. Der Grund dafür ist, dass nur wenige Zeitungen den Markt dominieren, außerdem ist eine steigende Tendenz der Boulevardisierung festzustellen. In diesem Zusammenhang ist vor allem die „Kronen Zeitung“ als Beispiel anzuführen. Die „Kronen Zeitung“ hat seit Jahrzehnten eine marktbeherrschende Stellung. Ein weiterer Faktor, der die Boulevardisierung vorantrieb, ist das Aufkommen von Gratiszeitungen in der Presselandschaft Österreichs (Filipovic, 2014).

Mitte der 2000er-Jahre kamen die Gratiszeitungen „Österreich“ und „Heute“ auf den österreichischen Markt. Nur wenige Titel dominieren seither den Markt und es setzen sich verstärkt Tendenzen einer Boulevardisierung durch (Steinmaurer, 2012).

3.2 Fernsehen in Österreich

Die Anfänge des öffentlichen Rundfunks liegen im Jahr 1924. Am 01. Oktober begann die Radio-Verkehrs-AG (RAVAG) ein Hörfunkprogramm auszustrahlen. Nach dem Anschluss Österreichs an Deutschland wurde der Sender in die nationalsozialistische Propagandamaschinerie eingegliedert. Als der Staatsvertrag unterzeichnet wurde, startete das erste Fernsehprogramm, das sich 1957 zu einem regelmäßigen Programm entwickelte. Die „Österreichische Rundfunk GmbH“ konnte ihren Betrieb starten. Die ersten Jahre nach der Gründung des Rundfunks waren durch eine große Nähe zur Politik gekennzeichnet. Der Grund dafür lag darin, dass viele Führungspositionen nach dem politischen Proporz vergeben wurden. Ein

weiteres Alleinstellungsmerkmal der österreichischen Rundfunkentwicklung war jenes, dass es einer langen Zeit lediglich dem ORF vorbehalten war, Fernseh- und Hörfunkprogramme auszustrahlen. Erst durch den Beschluss des Regionalradiogesetzes wurde dieses Rundfunkmonopol gelockert. Im Jahr 1995 erfolgte die Öffnung des Marktes für die ersten beiden Radioanbieter. Im Jahr 1998 folgten weitere Sender. Das Privatfernsehgesetz wurde 2001 beschlossen. ATV ging als erster privater TV-Sender im Jahr 2003 auf Sendung (Steinmaurer, 2012).

Das größte Medienunternehmen Österreichs ist der ORF, der rechtlich als Stiftung gilt, und durch das ORF-Gesetz geregelt ist. Die Finanzierung geschieht zu mehr als 60 Prozent aus Rundfunkgebühren, die österreichische Haushalte entrichten müssen. Die restlichen Einnahmen werden durch Werbung oder sonstige Erlöse generiert (Filipovic, 2014).

Im Gegensatz zum ORF in Österreich stehen die Privatsender, die in erster Linie nach Marktzielen agieren und sich weniger an gesellschaftlichen und politischen Verpflichtungen orientieren. Daher wird auch öfters von einer Ökonomisierung und Kommerzialisierung des Medienangebots gesprochen. Die österreichische Medienlandschaft ist erheblich vom ORF geprägt. Dieser wird in Bezug auf die Programmgestaltung zunehmend von privaten Sendern unter Druck gesetzt (Schröcker, 2015).

Für die politische Informationsleistung hat der ORF einen maßgeblichen Einfluss, weil er immer noch als wichtigster Content-Produzent in Österreich gilt. Dieses Informationsmonopol hat sich trotz der Einführung des Privatfernsehgesetzes 2001 gehalten. Das Gesetz hat den Wettbewerb auf dem österreichischen Fernseh- und Nachrichtenmarkt erheblich angekurbelt. Beim österreichischen TV-Publikum ab zwölf Jahren erreichten ORF 1 und ORF 2 im Jahr 2017 trotzdem einen Marktanteil von 31,4 Prozent. Damit verbrachten die ÖsterreicherInnen fast ein Drittel der Zeit, die sie vorm Fernseher verbringen mit den beiden ORF-Programmen. Im Vergleich dazu brachte es PULS 4 auf drei Prozent Marktanteil, ATV hatte 2,6 Prozent. Unter den weiteren österreichischen Mitbewerbern verzeichnete Servus TV einen Marktanteil von 2,1 Prozent und ATV 2 0,7 Prozent. Die gesamte ORF-Senderfamilie, die aus ORF 1, ORF 2, ORF III und ORF Sport+ besteht, erreichte im Jahr 2017 einen Marktanteil von 33,9 Prozent (Mediaresearch, 2018).

Die Zielsetzung und Programmplanung des ORF kann nur verstanden werden, wenn die öffentliche Organisationsstruktur dargelegt wird. Der ORF wird als öffentliches Unternehmen organisiert, das eine öffentliche Aufgabe erfüllen soll. Die Aufgabe ist es, dass BürgerInnen durch den ORF ihr Grundbedürfnis nach bildenden, informativen und unterhaltenden Programmen befriedigen können. Daraus ergibt sich eine sachliche Zielsetzung, die am Gemeinwohl orientiert ist. Die Steuerungsmechanismen Wettbewerb und Markt dürfen nur sekundär verfolgt werden. Die Aufgabe des ORF liegt somit in der Maximierung des gesellschaftlichen Nutzens. Diese öffentliche Aufgabe bestimmt auch das Leistungsangebot, das ein

Vollversorgungspostulat erfüllen muss. Das bedeutet, dass BürgerInnen die Möglichkeit haben müssen, den ORF empfangen zu können, wenn sie das möchten. Ein weiterer gravierender Unterschied zu Privatsendern liegt in der Finanzierung, die beim ORF durch Gebühren und Werbeeinnahmen vorstättengeht (Schröcker, 2015).

3.3 Hörfunk in Österreich

Durch den Beschluss des Regionalradiogesetzes endete im Bereich des Hörfunks die Monopolstellung des ORF. Im Jahr 1995 wurde der Markt geöffnet und die ersten beiden Radioanbieter folgten. Erst drei Jahre danach, im Jahr 1998, erfolgte die flächendeckende Einführung von weiteren privaten Radioprogrammen (Filipovic, 2014). Seitdem haben zehn regionale und 43 lokale Radios eine Sendelizenz bekommen. Inzwischen ist die Rundfunklandschaft vom Dualismus geprägt. Zum einen gibt es den durch Gebühren finanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk und zum anderen private Sender, die sich durch Werbeeinnahmen finanzieren. Im privaten Bereich haben seither mehr als 50 weitere Sender ihre Tätigkeiten aufgenommen (Mayerhofer, 2014).

Der ORF betreibt drei bundesweite Radioprogramme, und zwar Österreich 1, Hitradio Ö3 und FM4. Hinzukommen weitere neun Radioprogramme der Landesstudios. Der ORF konnte trotz der Einführung des dualen Rundfunks seine Position als Marktführer verteidigen. Nichtsdestotrotz ist eine positive Entwicklung

der Privatsender zu verzeichnen. Private Anbieter verzeichnen einen Gewinn an Reichweite und Marktanteilen, während der Marktführer Hitradio Ö3 zunehmend verliert (Filipovic, 2014).

3.4 Verhältnis der Medien zur Politik in Österreich

Seit einiger Zeit wird von einer starken Wirkung der Medien auf die Politik ausgegangen. In Österreich muss von einer Nähe der Politik zu den Medien ausgegangen werden, da die Politik bisher weder im Print- noch im Rundfunkbereich zu einer professionellen Distanz gefunden hat. Vor diesem Hintergrund kommt einer Ausgestaltung der Mediensysteme, die demokratieförderlich ist, eine große Bedeutung zu. Die Konzentration am Printmedienmarkt und die Kommerzialisierungstendenz, sowie der größere Boulevardsektor haben einen negativen Einfluss auf dieses Verhältnis (Steinmaurer, 2012).

4 Forschungsfragen

FF1: Wie nehmen JournalistInnen in Österreich den Einfluss der Politik auf die Berichterstattung wahr?

SFF1: Welche Bedeutung hat für JournalistInnen in Österreich ein Regierungswechsel in Bezug auf den Einfluss der Politik auf die Berichterstattung?

FF2: Wie nehmen Politiker Einfluss auf die Berichterstattung aus Sicht von JournalistInnen in Österreich?

SFF2: Wie nehmen Politiker nach einem Regierungswechsel Einfluss auf die Berichterstattung aus Sicht der JournalistInnen?

5 Empirische Untersuchung

Im folgenden Kapitel soll die gewählte Methode im Detail dargebracht werden. Es wird auf die Feldauswahl und das Sampling eingegangen. Außerdem wird die Erhebungsmethode genau beschrieben. Es folgt die Erläuterung der Auswertungsmethode, sowie der Qualitätssicherung. Das Kapitel schließt mit der Methodenkritik ab.

5.1 Methodologie

Um die Forschungsfragen beantworten zu können, kommen im empirischen Teil der Arbeit ExpertInneninterviews zur Anwendung. Mit dieser qualitativen Forschungsmethode können detaillierte Untersuchungen durchgeführt werden. Weiters ist ein Vorteil der qualitativen Forschung, dass sie wenig abstrakt ist. Das ist darauf zurückzuführen, dass die Forschungsergebnisse durch das Hineinversetzen in den Alltag der Befragten zustande kommen (Kromrey, 2009).

Um herausfinden zu können, wie JournalistInnen in Österreich den Einfluss der Politik auf die Berichterstattung wahrnehmen, ist es ratsam mit ExpertInnen zu sprechen. In diesem Fall sind das JournalistInnen aus Österreich. Dabei empfiehlt sich eine qualitative Befragung. Bei der qualitativ-verstehenden Methode versuchen sich ForscherInnen in Prozesse, Zusammenhänge und Gegenstände hineinzusetzen und diese nachzuerleben. Das Ziel des verstehenden Ansatzes ist es, das Individuelle zu erforschen. Die quantitative Methode steht dazu im Gegensatz. Bei dieser Methode, der häufig vorgeworfen wird, dass ihre Elemente nicht im Kontext betrachtet werden und sie dadurch aus dem Zusammenhang gerissen werden, wird versucht, das Allgemeine zu erforschen. Durch die qualitative Methode wird versucht, dieser Komplexität standzuhalten, denn es wird angestrebt, dass die gesamte Komplexität der Gegenstände erfasst wird, indem auf die Erkenntnisse der Sozialwissenschaft konstituiert wird. Im Gegensatz dazu wird bei der quantitativen Methode der Gegenstand der Forschung in einzelne Variablen unterteilt, wodurch die eigentliche Bedeutung genommen wird. Durch die möglichst freie Betrachtung ohne störende Nebeneffekte, die die Realität des Alltags abbilden, kann es dazu kommen, dass spezielle kausale Zusammenhänge und Verknüpfungen fehlen. Es kommt zu einer Entfernung vom Forschungsgegenstand, wenn der Gegenstand in voneinander getrennte Aspekte zerlegt wird (Mayring, 2010).

5.2 Erhebungsmethode

Es kann in der empirischen Forschung zwischen quantitativer und qualitativer Methode unterschieden werden. Quantitative Befragungen oder auch vollstandardisierte Befragungen sind gut geeignet, wenn Hypothesen überprüft werden sollen oder zur Messung von Häufigkeiten. Im Gegensatz dazu steht die qualitative Befragung, die der Hypothesengenerierung dient. Außerdem kann diese Art der Befragung eingesetzt werden, wenn subjektive Sichtweisen und komplexe Zusammenhänge im Vordergrund des Forschungsinteresses stehen (Korn, 2018).

Bei qualitativen Interviews kann eine Untergliederung nach Strukturiertheit und Unstrukturiertheit der Fragen, sowie der Offenheit und Geschlossenheit der Antworten, vollzogen werden. In der Forschung kommen häufig teilstrukturierte Leitfadeninterviews zur Anwendung. Der Interviewleitfaden dient als roter Faden für das Gespräch, wobei man sich die Möglichkeit vorbehalten kann, nachzufragen, wenn nicht genügend Informationen in der Antwort enthalten sind (Hug, Poscheschnik, Lederer 2010). Auch in der vorliegenden Arbeit wurde darauf zurückgegriffen und mit einem Interviewleitfaden gearbeitet, der dem Gespräch eine Orientierung verleihen sollte. Um Ähnlichkeiten in den Antworten herausarbeiten zu können, wurden in der Regel die gleichen Fragen gestellt. Aus den unterschiedlichen Gesprächssituationen haben sich Abwandlungen ergeben. Im Gesprächsverlauf wurden die Fragen nicht nach einer starren Reihenfolge gestellt.

Das Ausmaß der Offenheit und Geschlossenheit bezieht sich auf die Freiheit der InterviewpartnerInnen. So sind die Antwortmöglichkeiten bei einem geschlossenen Interview vorgegeben, während eine offene Interviewsituation den Befragten die Möglichkeit gibt, ihre Subjektivität einzubringen und die Fragen frei zu beantworten (Hug, Poscheschnik, Lederer 2010).

Als Erhebungsinstrument dient dieser Arbeit das qualitative ExpertInneninterview. Es definiert sich durch den Status der Befragten, die als Experten in ihrem Bereich gelten und über ein besonderes Fachwissen im Bereich des Forschungsinteresses verfügen. Bei der persönlichen Befragung stehen ExpertInnen im Mittelpunkt, die im Handlungsfeld des Forschungsinteresses der vorliegenden Arbeit agieren. Das ist deshalb von großer Bedeutung, da diese Personen über ein privilegiertes Wissen und detaillierte Informationen zum Forschungsfeld verfügen, weil sie täglich damit konfrontiert sind. Das qualitative Interview ermöglicht ForscherInnen durch gezielte Fragen das Interview zu führen. Als Hilfestellung wird ein Leitfaden hinzugezogen, der durch erzählgenerierende Fragen die relevanten Themenblöcke abhandelt. Es kommen problemzentrierte Einzelinterviews zum Einsatz, wobei empirische Daten durch die Befragung von ExpertInnen erhoben werden, die in diesem Fall JournalistInnen sind. Der/Die AutorIn fertigt einen Leitfaden an, der von theoretischer Literatur und dem SSPS-Prinzip (Hefferich, 2011) gestützt wird. Es steht die Sicht der befragten JournalistInnen im Mittelpunkt, die eine flexible Handhabung des Erhebungsinstruments fordert, weil sich die Interviews unterscheiden können. Eine wertfreie und offene Gesprächsgestaltung wird

angestrebt, um persönliche Wahrnehmungen, Annahmen und Einstellungen zu untersuchen und zu verstehen. Dafür ist ein solches Verfahren hilfreich, weil es einen unvermittelten und offenen Feldzugang ermöglicht, der Spielraum bietet, um die Befragungssituation entsprechend an die Interviews anzupassen. Außerdem gibt diese Erhebungsmethode den Interviewten Raum, um die Handlungs- und Sichtweisen ausreichend darzulegen (Schenkel-Nofz/Walther, 2014).

Teilstrukturierte Interviews haben den Vorteil, dass jene Akteure zu Wort kommen, für die der Gegenstand der Untersuchung kein abstraktes Thema ist, sondern unmittelbarer Teil ihrer Lebenswelt. Qualitative Interviews können sehr unterschiedliche Formen aufweisen, denen gemein ist, dass, anders als in standardisierten Befragungen, InterviewpartnerInnen offen auf Fragen antworten und frei sprechen können. Die Vielfalt von qualitativen Interviewmethoden können anhand von drei Dimensionen typologisiert werden. Erstens kann die inhaltliche Ausrichtung des Interviews unterschiedlich stark gesteuert werden; eine starke Steuerungsmöglichkeit ist zum Beispiel eine Katalogisierung von Fragen, welche in einer spezifischen Reihenfolge im Interview beantwortet werden müssen. Zweitens gilt es zu entscheiden, ob das Ziel des Interviews eher auf aktivem Fragen seitens der ForscherInnen liegen soll, oder ob es eher das Ziel ist, dass ForscherInnen eine passive Rolle einnehmen und die InterviewpartnerInnen von sich aus aktiv und frei erzählen. Drittens kann der Gegenstand des Gespräches sehr fokussiert bis sehr breit sein. Wenn die drei Dimensionen nicht ganz unabhängig voneinander sind, ist das Argument, dass qualitative Interviews ein Spektrum von gesteuert und rigide bis offen und flexibel einnehmen können, wichtig. Zu bemerken ist, dass eine bestimmte

Form der Interviews, die eine mittlere Position in diesem Spektrum einnimmt, besonders häufig zum Einsatz kommt. Die halbstrukturierten Interviews verbinden einen verhältnismäßig hohen Grad der Strukturiertheit bezüglich der Diskussionsziele mit der Flexibilität, im Verlaufe des Gespräches situativ zu reagieren und wenn nötig zu vertiefen. Teilstrukturierte Interviews, die nicht auf die allgemeine Biographie der InterviewpartnerInnen abzielen, sondern auf das Fachwissen in einem bestimmten Bereich, sind als ExpertInnen- oder Elite-Interviews zu verstehen. Die Gespräche, die für die vorliegende Arbeit durchgeführt werden, fallen in diesen Typus von Interviews (Kovic, 2017).

Im Gegensatz zum standardisierten Fragenbogen haben Leitfadeninterviews den Vorteil, dass die Meinungen der InterviewpartnerInnen durch die flexible Gestaltung besser zur Geltung kommen. Beim Leitfadeninterview können Situationen vermieden werden, in denen eine Frage schon beantwortet wurde oder es können inhaltlich relevante Fragen an die Antworten der Befragten angehängt werden, weil die Reihenfolge der Fragen flexibel ist. Dadurch kann auf die InterviewpartnerInnen besser eingegangen werden (Flick, 2011). Die qualitative Analyse ermöglicht es, sich einem Untersuchungsgegenstand zu nähern und gibt den Befragten die Möglichkeit, auch Antworten zu geben, die der ForscherInnen nicht erwartet hätte (Korn, 2018).

5.3 Feldauswahl und Sampling

In dieser Arbeit wird nicht der Anspruch der Repräsentativität erhoben. Dadurch ist die Frage der Stichprobengewinnung und -ziehung von geringer Relevanz. Es geht um Typologien und Typisierung und nicht um das Aufstellen von normativen Paradigmen. Es ist darauf Wertzulegen, dass durch die theoretische Vororientierung keine untypische Auswahl der Befragten vorgenommen wird. Beim qualitativen Experteninterview können nur Personen in die Auswahl kommen, die ein Fachwissen im Forschungsbereich vorweisen können. Es wird davon abgeraten, dass Personen aus dem engeren Bekanntenkreis befragt werden. Die Zahl der Befragten ist von personellen, zeitlichen und finanziellen Ressourcen abhängig. Die genaue Anzahl der Befragten stand im Vorfeld der Arbeit nicht fest. Es wurde darauf Wertgelegt, dass genügend Meinungen eingeholt werden, um eine theoretische Sättigung zu erlangen (Lamnek, 2010).

Zu den Befragten bestand im Vorfeld kein Verhältnis, sie wurden durch Weiterempfehlungen und Recherche entdeckt. Dadurch wurde verhindert, dass durch ein Nahverhältnis die Aussagen verzerrt werden. Alle Befragten sind als JournalistInnen in Österreich bei unterschiedlichen Medienbetrieben tätig. Die InterviewpartnerInnen sind entweder beim Fernsehen oder Hörfunk tätig, schreiben für Tageszeitungen oder Wochenmagazine oder arbeiten für Online-Medien. Ihnen wurde die Anonymisierung der Interviews versprochen, die keine Rückschlüsse auf ihre Person erlaubt, um auf den Datenschutz der JournalistInnen Rücksicht zu

nehmen. Im Rahmen der Forschung wurden persönliche Interviews durchgeführt, weil der persönliche Kontakt bei qualitativen Befragungen von großer Wichtigkeit ist. Der Ort der Befragung wurde von den InterviewpartnerInnen selbst gewählt. Viele Befragungen fanden am Arbeitsplatz des Befragten statt, manche in der Öffentlichkeit (beispielsweise in Kaffeehäusern). Die Interviews wurden einzeln durchgeführt und fanden in der Zeit von 10. Juni 2019 bis 02. August 2019 statt. Die meisten Interviews dauerten 20 Minuten, der Interviewtermin dauerte mit Vor- und Nachbesprechung in der Regel rund eine Stunde. Vor dem Interview wurde dem Befragten das Thema in aller Kürze erläutert, wobei darauf geachtet wurde, nicht zu viel zu erklären, um die Offenheit des Gesprächs zu gewährleisten. Während des Interviews hat der vorbereitete Leitfaden für Orientierung gesorgt, wobei darauf zu achten war, die Abfrage nicht starr durchzuführen, sondern an die Antworten der InterviewpartnerInnen anzuknüpfen und mögliche Unklarheiten durch Nachfragen zu beseitigen. Das bedeutet, dass die Fragen zum Teil in einer anderen Reihenfolge gestellt wurden als am Leitfaden angegeben.

5.4 Auswertungsmethode

Die ExpertInneninterviews werden mithilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2003) ausgewertet. Dabei handelt es sich um ein strukturierendes und reduktives Verfahren, das den Inhalt mittels Paraphrasierung, Generalisierung und Reduktion auf eine gekürzte Version des wichtigen Inhalts bringt, um im Zuge dessen Kategorien zu definieren. Im Anschluss werden Interviewpassagen den

passenden Subforschungsfragen zugeordnet. So soll erzielt werden, dass der Inhalt strukturiert und zur optimalen Beantwortung der Fragen dient.

Die qualitative Auswertungsmethode dient der Interpretation von Gesprächen, Texten, Situationen oder Gegenständen. Durch die qualitative Inhaltsanalyse werden große Datenmengen durch eine Reduktion in abstrakte Kategorien verwandelt, die ein Verständnis über das Textmaterial erlauben. Es handelt sich um ein regelgeleitetes Verfahren, das einen hohen Grad der Strukturiertheit aufweist. Bei der Kategorienbildung können zwei Strategien verfolgt werden, zum einen eine induktive Bildung, zum anderen eine deduktive Bildung der Kategorien. Bei Letzterer wird mithilfe elaborierter Theorien bereits vor der Durchsicht des Materials ein Kategoriensystem gebildet, diesem werden die Aussagen der Interviews zugeordnet. Im Vergleich dazu wird bei der induktiven Kategorienbildung umgekehrt verfahren. Es werden die Kategoriensysteme aus den Aussagen des Interviews gebildet. Die beiden Verfahren können sich gegenseitig ergänzen (Hug, Poscheschnik, Lederer 2010).

Die Interviews wurden mittels Handy-App aufgenommen und im Anschluss transkribiert. Bei der wertfreien und wortwörtlichen Transkription der aufgenommenen Interviews werden lange Pausen, Versprecher oder sonstiges außer Acht gelassen. Dadurch soll die relevante Information der Aussage in den Fokus rücken. Bei der Auswertung der Einzelinterviews kommt die zusammenfassende qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring zur Anwendung. Hierbei werden die zu analysierenden

Inhalte im ersten Schritt paraphrasiert, danach generalisiert und im Anschluss durch Reduktion und Selektion weiter eingeschränkt. Das angestrebte Bedeutungslevel kann durch die abschließende Bündelung erreicht werden. Die Aussagen werden dazu im Kategoriensystem neu zusammengestellt. Zum Abschluss wurde das Ausgangsmaterial einer Rücküberprüfung unterzogen. Das Ziel der Analyse ist es Rückschlüsse zu ziehen und Muster und den Tendenzen abzuleiten. Außerdem sollen die Stärken der quantitativen Inhaltsanalyse beibehalten werden. Zu beachten ist weiters, dass das Material regelgeleitet und systematisch bearbeitet werden muss. Der Analyse liegt ein Kategoriensystem zu Grunde, auf dem die Auswertung beruht. Bei der Auswertung spielt die Interpretation eine wichtige Rolle, um das zu erreichen muss die Vielfalt und Komplexität der Inhalte reduziert werden. Das Ziel der Auswertung ist es gleiche und ähnliche Aussagen zu identifizieren und diese zusammen zu fassen (Korn, 2018).

5.5 Qualitätssicherung

Um die Qualität der Arbeit gewährleisten zu können wurden Quellen herangezogen, die wissenschaftliche Standards erfüllen und reliabel sind. Die Auswertung der Interviews wurde sorgfältig und genau durchgeführt. Dadurch konnten Fehler aus mangelnder Konzentration vermieden werden. Durch die argumentative Interpretationsabsicherung wird die Nachvollziehbarkeit der Interpretation der Interviewinhalte für Dritte nachvollziehbar und präzise dokumentiert. Die Gedankenschritte bei der Interpretation des/der AutorIn werden möglichst präzise

festgehalten. Bestimmte Kriterien werden auch bei der Gestaltung des Interviewleitfadens beachtet, dadurch soll eine Verzerrung der Ergebnisse oder eine Fehlinterpretation vermieden werden. So kann die Einhaltung des Grundsatzes der Offenheit bei der Interviewführung eingehalten werden. Dadurch soll der Effekt der sozialen Erwünschtheit durch zu distanzierte Gespräche und Suggestivfragen vermieden werden (Lamnek, 2010).

Um die Qualität einer wissenschaftlichen Arbeit zu gewährleisten, werden definierte Gütekriterien herangezogen. Die klassischen Gütekriterien sind in Reliabilität und Validität unterteilt (Mayring, 2010). Die Qualität kann gewährleistet werden, wenn den InterviewpartnerInnen die Möglichkeit der Anonymisierung eingeräumt wird, außerdem wird auf die Wahrung des Datengeheimnisses geachtet. Zum Einsatz kommt außerdem ein Leitfaden, der auf das SPSS-Prinzip gestützt ist, um das Grundprinzip der Offenheit zu gewährleisten. Dadurch kann die Strukturierung des Leitfadens gewährleistet werden, um die Qualität zu wahren. Um die Validität einer qualitativen Arbeit sicher stellen zu können, ist die Nachvollziehbarkeit und Intersubjektivität für die LeserInnen, die durch den Interviewleitfaden, der Vorgehensweise und Ergebnisse der Auswertung gewährleistet wird. In der vorliegenden Arbeit wird eine zirkuläre Strategie verfolgt, die im Vergleich zur quantitativen Sozialforschung steht, denn dort wird eine lineare Strategie verfolgt. Bei der zirkulären Strategie werden nach der Befragung einer Person durch die Auswertung dieser Daten neue Erkenntnisse erlangt, die in die Befragung weiterer InterviewpartnerInnen berücksichtigt werden können. Zum Schluss findet eine

Rücküberprüfung des Kategoriensystems mit der Theorie und dem Material statt. Die Qualität der Arbeit soll somit gesichert und angehoben werden (Hefferich, 2011).

5.6 Methodenkritik

Um dieses Kapitel abschließen zu können, ist es wichtig, die gewählte Methode kritische zu betrachten. So muss festgehalten werden, dass es als ForscherIn nicht möglich ist, den Forschungsgegenstand völlig unvoreingenommen entgegenzutreten, da die subjektiven Ansichten einzelner Personen im Fokus der Forschung stehen.

Im Zuge der Forschung konnte man feststellen, dass sich die Auswahl der Befragten zwar als passend, aber nicht als optimal erwies. Die befragten JournalistInnen sind nicht nur in unterschiedlichen Medienbetrieben tätig, sondern auch in verschiedenen Ressorts. Hier wäre es sinnvoller gewesen ausschließlich JournalistInnen zu befragen, die sich mit rein innenpolitischer Berichterstattung beschäftigen und ihre Inhalte selbst produzieren. Weiters haben sich manche Fragen als überflüssig erwiesen, da sich in der Auswertung herausgestellt hat, dass die Antworten keinen Beitrag zur Beantwortung der forschungsleitenden Fragen leisten.

Nach der Ausführung der Methode, werden im darauffolgendem Kapitel 6 die Ergebnisse dargelegt.

6 Empirische Ergebnisse

Im folgenden Kapitel kommt es zur Ergebnisdarstellung der empirischen Untersuchung. Es wird kein Anspruch auf Repräsentativität erhoben, die Ergebnisse sollen Tendenzen darstellen.

6.1 Journalistische Arbeit

Die befragten JournalistInnen sind in den unterschiedlichen Bereichen tätig. Die Bandbreite reicht von Zeitung, Fernsehen, Hörfunk und Online-Medien. Neben RedakteurInnen sind unter anderem leitende Persönlichkeiten und ein Moderator unter den Befragten. Manche arbeiten für tagesaktuelle Medien, andere für Wochenmagazine oder sind in Ressorts tätig, die sich nicht mit tagesaktueller Berichterstattung beschäftigen. Die Zeiteinteilung ist teilweise flexibel oder aber durch einen Dienstplan fix geregelt. Obwohl die befragten JournalistInnen in den verschiedenen Bereichen tätig sind, gibt es im Arbeitsalltag Abläufe, die sich ähnlich sind. Bereits vor Dienstbeginn setzen sich einige der Befragten mit der Berichterstattung in unterschiedlichen österreichischen Medien auseinander, um über die aktuellen Themen des Tages im Bilde zu sein. Die Recherchearbeit macht einen großen Teil der journalistischen Arbeit aus. Darunter fallen unter anderem Recherchegespräche, Interviews und Materialsichten. Zu den Aufgaben als Online-RedakteurIn gehört unter die Aufbereitung von Inhalten und das Community

Management. JournalistInnen bedienen sich teilweise an bereits vorhandenem Material, das neu aufbereitet wird oder arbeiten an eigener Berichterstattung.

Mit welchen Themen sich JournalistInnen für die Berichterstattung beschäftigen, hängt in erster Linie davon ab, in welchem Ressort sie tätig sind. Außerdem ist es vom Format des Mediums abhängig und welche Themen konzeptionell am besten dazu passen. Auch die Themenvielfalt ist stark vom Ressort abhängig. In manchen Ressorts gibt es eine langfristige Planung der Themen für die Berichterstattung und gewisse Schwerpunkte. Dennoch gibt es gewisse Themen, die einen besonderen Stellenwert genießen. Dazu gehört in erster Linie Politik, im Detail aktuelle Innenpolitik auf Bundesebene. Abgesehen von Innenpolitik haben auch Chronik und Wirtschaft einen hohen Stellenwert. Außerdem geht aus der Befragung hervor, dass JournalistInnen versuchen selbst Themen für die Berichterstattung zu setzen.

Laut den Befragten wird jedes Thema für die Berichterstattung nach den gleichen Kriterien bearbeitet. Bei der Aufbereitung fallen unter anderem Expertengespräche an, die JournalistInnen dabei behilflich sind, an die Näherung der Wahrheit zu gelangen. Denn eine Aufgabe von Journalismus ist es, ein möglichst wahrheitsgetreues Bild in der Berichterstattung abzubilden, das viele unterschiedliche Blickwinkel beinhaltet. Dabei ist vor allem eigene Recherche gefragt, denn die meisten Themen müssen sich JournalistInnen selbst erarbeiten. Eigens produzierte Inhalte werden vielfältig eingesetzt und in unterschiedlichen Versionen gestaltet. In der politischen Berichterstattung gibt es verschiedene

Formen, so zeichnen Reportagen beispielsweise Stimmungsbilder. Unter den InterviewteilnehmerInnen wird außerdem auf einen Themenmix Wert gelegt. Um die Qualitätsstandards hoch zu halten, werden die Inhalte vor der Veröffentlichung nochmals überprüft.

„Genau, und dann ist es einfach ein Diskussionsprozess und wir treffen dann gemeinsam eine Entscheidung, was tatsächlich an dem Tag in die Sendung kommt und was nicht.“ (IP6, Zeile 41-43)

„Und da entscheiden wir dann gemeinsam, welchen Aspekt nehmen wir, welchen heben wir uns vielleicht für einen anderen Tag auf. Wie erzählen wir das genau.“ (IP6, Zeile 46-48)

Die Auswahl der Themen für die Berichterstattung wird in aller Regel in einer gemeinsamen Redaktionssitzung vollzogen. Dabei durchlaufen die meisten Themen einen Diskussionsprozess, wobei der Entscheidungsprozess der Themenauswahl vom Ressort unabhängig ist.

„Was man vielleicht sagen kann ist, dass es bei innenpolitischen Themen oft einen längeren Diskussionsprozess gibt einfach, weil es oft die heikleren Themen sind.“ (IP6, Zeile 66-68)

Bestimmte tagesaktuelle Themen werden ohne Diskussionsprozess für die Berichterstattung ausgewählt, kontroverse Themen hingegen länger debattiert. Auch der Diskussionsprozess bei innenpolitischen Themen ist manchmal länger. In der Redaktionssitzung wird unter anderem auch die Entscheidung über die Aufbereitung des Themas festgelegt. Die einzelnen RedakteurInnen sind in der Auswahl dennoch relativ frei. Allerdings gibt es unter den befragten JournalistInnen auch den Fall, dass die Auswahl bereits im Vorfeld durch eine andere Redaktion getroffen wurde, an der man sich orientiert. Manchmal stehen gewisse Teile der Berichterstattung bereits im Vorfeld fest, beispielsweise Interviewgäste. Durch die gemeinsamen Redaktionssitzungen nehmen der Aufbau und die Inhalte der Berichterstattung im Laufe des Tages Gestalt an und werden klarer. Außerdem dienen sie dazu Themen gemeinsam zu finden. Themen für die Berichterstattung werden selten ressortübergreifend diskutiert.

Um ein Thema in der Berichterstattung aufgreifen zu können, ist es erforderlich, dass dieses von JournalistInnen verstanden wird und auch die Hintergründe der Geschehnisse klar sind. Dafür sind Hintergrundrecherchen notwendig, die auf Vertrauensbasis stattfinden müssen. Daher erleichtern gute Kontakte in Parteien die journalistische Arbeit, was wiederum mit Erfahrung im journalistischen Beruf zusammenhängt. Dadurch ergeben sich Kontakte zu Personen, die wichtige Ereignisse unmittelbar miterleben und entscheidende Informationsquellen für JournalistInnen sind. Bezüglich politischen Interviews, wird von den Befragten erwähnt, dass diese von kontroversen Erörterungen über Bruchstellen in der

Argumentation leben. Allgemein ist es wichtig, dass JournalistInnen versuchen ihre eigene Meinung aus der Berichterstattung so gut es geht rauszunehmen. Das journalistische Ziel von politischer Berichterstattung ist Ausgewogenheit unter jeder Regierung.

6.2 Einflussfaktoren auf die Themenauswahl

Entscheidend für die Wahl eines Themas für die Berichterstattung ist im Allgemeinen Nähe, Aktualität und Brisanz. Aktuelle Agenturmeldungen werden beobachtet und in der Berichterstattung berücksichtigt. Einfluss hat außerdem die Dringlichkeit eines Themas. Auch das Ausmaß des Eigenauftrisses und der Beitrag der eigenen Recherche spielen eine Rolle. Denn auch weniger aktuelle Ereignisse können von JournalistInnen für die Berichterstattung ausgewählt werden, wenn sie Entwicklungen oder Hintergründe aufzeigen. Ereignisse, die Veränderungen für die Welt im Großen oder das Leben der Einzelnen im Kleinen bewirken sind für die Berichterstattung relevant. So haben teilweise selbst produzierte Inhalte in der Berichterstattung Vorrang. Themen mit Zukunft sind für die Berichterstattung relevant. JournalistInnen weisen unterschiedliche Motive aus, wie sie Themen für die Berichterstattung auswählen.

Einen starken Einfluss auf die Themenauswahl hat zum Beispiel das Format einer Sendung. So wird für jeden Interviewpartner ein Bericht erstellt, auch wenn keine aktuelle Brisanz vorhanden ist. Entscheidend für die Wahl eines Studiogasts ist, ob

sich JournalistInnen ein spannendes Interview vorstellen können. Außerdem gibt es Formate, wo einzelne Berichte unterschiedlich viel Platz eingeräumt werden kann. So ist ausführlicher Berichterstattung für JournalistInnen mit mehr Aufwand und Zeit verbunden, was wiederum einen Einfluss darauf hat, wie zeitnah das Thema in der Berichterstattung aufgegriffen werden kann. Bei einem Teil der Befragten orientiert sich die Themenwahl an Formaten im gleichen Medienunternehmen. Dennoch besteht eigener Gestaltungsspielraum. Dabei wird auch die Themenlage am Tage berücksichtigt. Auch die Ausrichtung von Medien spielt eine Rolle, wenn es um die Themenauswahl geht. Unterschiedliche Standpunkte haben in der Berichterstattung ihre Berechtigung, dabei ist vor allem Transparenz essenziell für Journalismus.

Es gibt neben den allgemeinen Einflussfaktoren auch speziellen Einfluss von Außen. Hierarchisch höher gestellte Personen innerhalb einer Redaktion haben in vielen Fällen einen starken Einfluss auf die Auswahl von Themen für die Berichterstattung. Zum Beispiel haben der Sendungschef und der Moderator einen großen Einfluss auf die Wahl des Studiogasts oder der Sendungsplaner – bei Uneinigkeit in der Redaktion – die letzte Entscheidungshoheit über die Themenauswahl.

Ein großer Einflussfaktor auf die Themenauswahl liegt bei den RezipientInnen. Denn die Themen für die Berichterstattung werden auf die Zielgruppe abgestimmt. So erwarten beispielsweise ZuseherInnen von gewissen Formaten auch bestimmte Studiogäste und diese Erwartungen versuchen JournalistInnen zu erfüllen. Nicht nur die Zielgruppe ist relevant, sondern auch das Format und die Ausrichtung des

Mediums. So passen bestimmte Themen zur Ausrichtung von gewissen Formaten mehr oder weniger gut. Wochenmagazine können zum Beispiel im Vergleich zu tagesaktuellen Medien ausführlicher berichten und andere Perspektiven beleuchten. Bei Online-Medien haben unter anderem Clicks einen Einfluss auf die Wahl der Berichterstattung.

Personen und Institutionen versuchen sich in den Medien optimal darzustellen. Was beispielsweise bei Interviews für JournalistInnen bemerkbar werden kann, wenn Bedingungen an die Interviewzusage geknüpft werden. JournalistInnen sind von der Information von politischen AkteurInnen abhängig, wodurch diese die Themenwahl durch die Information beeinflussen können. Auch die politische Besetzung von Führungskräften in Medienunternehmen kann die Berichterstattung beeinflussen. Dennoch haben einzelne RedakteurInnen Mitspracherecht.

Nicht außer Acht zu lassen sind die persönlichen Interessen von JournalistInnen, die bei der Themenauswahl für die Berichterstattung hineinspielen, denn die liegt in vielen Fällen bei den RedakteurInnen selbst. Dann können Ideologien in der Berichterstattung durchschlagen, was vor allem in der politischen Berichterstattung der Fall sein kann.

6.3 Reaktionen auf die Berichterstattung

Die Reaktionen auf die Medienberichterstattung sind divers und kommen über unterschiedliche Kanäle zu den JournalistInnen. So ist beispielsweise Social Media ein Kanal, über den Reaktionen übermittelt werden. Dabei kann es sich sowohl um Lob als auch Kritik von RezipientInnen handeln. Auch Anregungen für die Berichterstattung kommen teilweise vor. Es gibt auch den Fall, dass RedakteurInnen auf Facebook mit Zensurvorfürfen gegenüber der Berichterstattung konfrontiert werden. Denn manche KritikerInnen unterstellen Medienunternehmen, dass sie je nach Regierung unterschiedlich berichten und bezeichnen bestimmte Medien als Regierungsmedium. Interessant ist hier, dass sich die Wahrnehmung und Reaktionen von RezipientInnen hinsichtlich der Berichterstattung unter verschiedenen Regierungskonstellationen verändern können. So ist es nicht selten, dass Kritik von Parteianhängern stammt, die den Vorwurf erheben, dass die Partei, der sie wohlgesinnt sind, in der Berichterstattung verhältnismäßig negativ dargestellt wird. Auch eine Abneigung dieser Personengruppen gegenüber bestimmter Medien kann auftreten. Tendenziell ist eine zunehmende Feindseligkeit gegenüber bestimmten Medien bemerkbar. Manche politisch eingestellten RezipientInnen reagieren auf Social Media teilweise negativ auf Berichterstattungen, wenn diese nicht ihre eigenen Einstellungen widerspiegeln. Eine Besonderheit der Reaktionen auf Social Media liegt darin, dass JournalistInnen häufig das Gefühl haben, dass sich die Reaktionen nicht auf den gesamten Bericht beziehen, sondern nur Überschriften gelesen werden und bereits darauf eine Reaktion folgt. Social Media

hat weiters die Reaktionszeit auf Berichterstattung unmittelbarer und brutaler werden lassen. Auffällig ist, dass innenpolitische Themen am stärksten diskutiert werden.

Neben Social Media gelangen Reaktionen auch über Leserbriefe an JournalistInnen. Manche der Befragten erhalten auch direktes Feedback aus ihrer unmittelbaren Nähe, bei anderen ist das wiederum selten. Das Ausmaß der Reaktionen ist stark vom Thema abhängig. Auch politische Aufdecker-Berichte haben häufig ein stärkeres Ausmaß an Reaktionen zur Folge. So lösen in der Öffentlichkeit kontrovers diskutierte Themen vermehrt Reaktionen aus. Manche Reaktionen betreffen nicht den Inhalt, sondern die Gestaltungsform der Berichterstattung.

„Naja, also es kommt halt drauf an wie weh vielleicht irgendein Text einer bestimmten Partei tut.“ (IP5, Zeile 77-78)

Reaktionen vonseiten der Politik sind bei Themen, die immer wiederkehren erwartbar. Außerdem gibt es tendenziell dann Reaktionen, wenn politische AkteurInnen sich negativ dargestellt fühlen. Aber auch dann sind die Reaktionen von politischer Seite überschaubar. Manchmal tritt auch der Fall auch, dass es Richtigstellungen von der Politik gibt.

Es besteht unter den befragten JournalistInnen Einigkeit darüber, dass man Reaktionen auf Berichterstattung differenziert betrachten muss. So wird

konstruktives Feedback in vielen Fällen angenommen, wohingegen subjektive Meinungen von einzelnen RezipientInnen außer Acht gelassen werden kann. Es wird beispielsweise erwähnt, dass Kritik in Online-Forum zu Berichten nicht ernst zu nehmen ist. Dennoch sind viele JournalistInnen angehalten, auf Leserbriefe oder ähnliches zu reagieren und in einen Austausch mit den RezipientInnen zu treten.

Viele der Befragten stellten fest, dass Social Media auch in Bezug auf die Reaktionen auf die Berichterstattung eine Veränderung gebracht hat. Denn durch die Unmittelbarkeit des Feedbacks hat sich auch die journalistische Arbeit zu einem gewissen Grad verändert. Dennoch wird unter anderem auch gesagt, dass die Reaktionen auf Facebook nicht ausgewertet werden, weil man sich davon nicht beeinflussen lassen möchte.

ChefredakteurInnen hören sich Beschwerden von politischen AkteurInnen an, diese bleiben aber in der Regel ohne Konsequenzen. Wichtig ist, dass sich ChefredakteurInnen vor politischer Seite verteidigen können. Und auch JournalistInnen nehmen sich negative Reaktionen von PolitikerInnen eher nicht zu Herzen. Auch Kritik von politischen PressesprecherInnen wird tendenziell wenig berücksichtigt. Ein Teil der Befragten hat es bisher nicht erlebt, dass auf ihre Vorgesetzten Druck von der Politik ausgeübt wurde. Insgesamt kann festgestellt werden, dass Einflussnahmeversuche von politischen AkteurInnen in Redaktionen unterschiedliche Auswirkungen haben können, so kann die Einflussnahme auf

personelle Entscheidungen erfolglos bleiben. Auch politische Interventionen auf die Berichterstattung bleiben tendenziell ohne Folgen.

6.4 Themensetzung durch die Politik

PolitikerInnen versuchen durch Informationen und Positionierung, Geschichten zu verstärken oder abzuschwächen. Sie machen teilweise JournalistInnen auf Themen aufmerksam, aus denen sie einen politischen Nutzen ziehen. Im Allgemeinen herrscht Einigkeit darüber, dass die Politik durch ihr Handeln Themen für die Berichterstattung setzt, über die diskutiert wird. So hat beispielsweise die Koalition zwischen ÖVP und FPÖ von Dezember 2017 bis Mai 2019 in der Medienberichterstattung besonders stark auf Asyl-Themen gesetzt, die medial verstärkt aufgegriffen wurden. Es ist wichtig, dass JournalistInnen Themen, die von politischer Seite in die Berichterstattung eingebracht werden auch kritisch hinterfragen.

Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass die Themen, die von der Politik vorgegeben werden in vielen Fällen von den Medien in der Berichterstattung ein Platz für diese Themen eingeräumt wird. Wie stark die Politik Themen für die Berichterstattung vorgibt, ist unter anderem von der Arbeit des politischen Presseteams abhängig. Von politischer Seite wird versucht, dass Kritik weniger Beachtung bekommt und Themen in die Berichterstattung eingebracht werden, die von der Öffentlichkeit positiv mit politischen AkteurInnen verbunden werden. Dabei

spielt es eine untergeordnete Rolle, ob diese tatsächlich positiv sind – die äußere Wahrnehmung zählt. Es kann vorkommen, dass durch politische Themensetzung manche Geschehnisse in der Berichterstattung untergehen, obwohl diese möglicherweise eine größere Bedeutung für die Gesellschaft haben.

„Es gibt Parteienmedien, wie Kontrast-Blog von der SPÖ, wo sie einfach auch ohne quasi nervige Fragen von Journalisten und kritischen Rückfragen ihre Botschaften verbreiten können ...“ (IP5, Zeile 187-189)

Immer mehr Parteien nutzen eigene Medien, um ihre Themen an die Öffentlichkeit zu bringen. Auch bei der Themensetzung von der Politik wird die Rolle von Social Media von JournalistInnen kritisch betrachtet. Denn das bietet der Politik die Chance ihre Themen ungefiltert ohne kritischen Journalismus in den öffentlichen Diskurs einzubringen. Dadurch wird merkbar, dass klassische Medien tendenziell an Bedeutung verlieren und Social Media zur politischen Verschiebung beiträgt.

6.5 Politischer Einfluss auf Journalismus

„Es waren schwierige Zeiten, glaube ich jetzt, für viele Journalisten. Ich merke es halt jetzt auch bei Kollegen, die auch gar nicht zum Beispiel so sehr in politischen Ressorts irgendwie sind, aber zum Beispiel auch, sagen wir in der Chronik oder Wirtschaft, die irgendwie damit zusammenhängen, dass es einfach viel schwieriger ist mit Themen, die nichts wirklich mit der

tagespolitischen Sachen zu tun haben, trotzdem schwieriger ist Auskunft zu kriegen.“ (IP4, Zeile 196-201)

Von politischer Seite gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, wie auf die Berichterstattung eingewirkt werden kann. So wird von JournalistInnen als politisches Instrument zur Beeinflussung der Berichterstattung genannt, dass zum Beispiel während der Koalition zwischen ÖVP und FPÖ von Dezember 2017 bis Mai 2019 Informationen zurückgehalten oder nur einem bestimmten Kreis zugänglich gemacht wurden.

*„Ich kann mich erinnern, dass das zu Beginn der türkis-blauen Regierung jetzt schon anders war als bei neuen Regierungen davor, weil diese, diese Message-Control wie wir sie ja gerne nennen und die sehr gut durchdachte und getaktete Medienarbeit der ÖVP von Anfang an gegriffen hat überall.“
(IP6, Zeile 150-153)*

*„Nur war das wirklich teilweise mühsamer, das war spürbar, dass es schwieriger ist Informationen zu bekommen. Dass es einfach diese gleichlautenden Wortmeldungen gab, dass, wir haben das erlebt in der Ibiza-Affäre, dass dann einfach tagelang keine Journalistenfragen erlaubt waren.“
(IP5, Zeile 217-220)*

Das FPÖ-geführte Innenministerium hat es für JournalistInnen teilweise schwieriger gemacht, Informationen zu bekommen, dadurch hat sich die Zusammenarbeit verändert. Die Informationsverweigerung kann so weit führen, dass Themen in der Berichterstattung nicht berücksichtigt werden können, weil Informationen fehlen. Somit ist es der Politik möglich bis zu einem gewissen Grad, Berichterstattung zu verhindern. In diesem Zusammenhang wurde Message-Control häufig erwähnt, was die journalistische Arbeit erschwerte. So wurden nach der Ibiza-Affäre gleichlautende Wortmeldungen herausgegeben und keine JournalistInnenfragen erlaubt.

„Was passiert ist, dass Politiker ganz bewusst versuchen Geschichten zu verstärken oder kleiner zu machen durch Informationen, neue Informationen, politische Positionierung, Geschichten auch einen Drall zu geben.“ (IP2, Zeile 131-133)

Nicht außer Acht zu lassen ist, dass politische AkteurInnen den Teil der Geschichte ausführlicher erklären, von dem sie profitieren. Ein Mittel, das vonseiten der Politik zeitweise eingesetzt wird, ist Nähe zu bestimmten JournalistInnen unter gewissen Bedingungen bewusst aufzubauen oder auch wieder wegzunehmen. Der Politik ist es auch möglich, in der Öffentlichkeit für bestimmte Medien Aufmerksamkeit zu erzeugen. Außerdem hat die Politik die Möglichkeit, den Berufsstand der JournalistInnen im öffentlichen Diskurs zu diskreditieren, was durch Vorwürfe der Lügenpressen in Österreich bereits vorgekommen ist. Auch ist es der Politik

möglich, die Grenzen in der Berichterstattung zu verschieben. So bemerkte eine Befragte, dass konservative und rechtspopulistische Parteien die Grenze in der Berichterstattung vom Mitte-Diskurs nach Links verschieben.

„Mir ist sicher und das kennen wir ja, also die FPÖ hat ein sehr schwieriges Verhältnis zur freien Presse und es gab tatsächlich diese Eingriffe auf, vor allem auf den ORF, auf die freie Presse und das war wirklich spürbar und das sollte uns auch nicht egal sein.“ (IP5, Zeile 227-230)

Manche der Befragten haben unter der Koalition zwischen ÖVP und FPÖ von Dezember 2017 bis Mai 2019 bemerkt, dass der Druck auf Medien besonders groß war. Es wurde zum einen versucht Medienbetriebe im Allgemeinen einzuschüchtern oder Druck auf einzelne JournalistInnen im Speziellen auszuüben. So hat die Regierung unter anderem versucht den Berufsstand der JournalistInnen in der Öffentlichkeit schlecht zu machen. Auch gesetzliche Änderungen vonseiten der Politik können die journalistische Arbeit beeinflussen, so zum Beispiel eine Reform des ORF-Gesetzes. Dennoch muss festgehalten werden, dass manche InterviewpartnerInnen angaben, dass sie in ihrem Umfeld keine politischen Interventionen auf die Berichterstattung wahrgenommen haben, nur bei anderen Medien hatten sie den Eindruck, dass der politische Druck groß war.

Unter den befragten JournalistInnen gab es einige, die bereits erlebt haben, dass PolitikerInnen auf hierarchisch höchster Ebene Kündigungen von einzelnen

JournalistInnen verlangt haben, wenn sie mit der Berichterstattung nicht einverstanden waren. Die politischen Einflussnahmeversuche auf Medienbetriebe laufen tendenziell auf höchster Ebene ab, das bedeutet, es werden EigentümerInnen oder ChefredakteurInnen kontaktiert.

Ein Journalist stellte fest, dass ein Weg von politischer Einflussnahme auf die Berichterstattung darin liegt, dass alle Parteien versuchen Medien gegenüber als die einzig wahren Experten aufzutreten, wenn es um öffentlich weniger diskutierte Themen geht, wie beispielsweise Wasserstoff.

Persönliche Kritik an der Berichterstattung kann das Verhältnis von JournalistInnen zu politischen AkteurInnen auf persönlicher Ebene negativ beeinflussen. Denn vor allem jüngere RedakteurInnen können durch politische Kritik dazu verleitet sein, vorsichtiger zu werden.

„Ich muss jetzt sagen, im Arbeitsalltag ist es glaube ich weniger, dass, wie wir berichten, sondern es geht vielleicht eher darum über welche Themen wir nicht berichten. Das sind dann eher Dinge, die vielleicht manche Leute in der Redaktion wichtig finden würden, dass wir das in der Sendung haben und dann wird entschieden, dass wir es nicht machen. Und das ist dann normalerweise eher eine Entscheidung von oben, dass wir das auslassen.“

(IP6, Zeile 109-114)

Die Folgen von politischem Einfluss auf die Berichterstattung können vielfältig sein. Es hat sich im Rahmen der Interviews gezeigt, dass die JournalistInnen den Einfluss auf subtiler Ebene verorten würden. Ein Beispiel dafür wäre, dass negative Themen über Regierungsparteien aus der Berichterstattung ausgenommen werden. Unter den Befragten herrscht die Tendenz, dass sich politischer Einfluss weniger auf die Arbeit von einzelnen RedakteurInnen bemerkbar macht, sondern dass eher hierarchisch höher gestellte Personen im Medienbetrieb politischen Druck erleben und diesen zum Teil weitergeben, indem Themen aus der Berichterstattung gestrichen werden oder andere Themen wiederum größer aufbereitet, weil das so gewünscht ist. Nicht außer Acht zu lassen ist, dass sich die Ausrichtung von Medienunternehmen auch durch geänderte Eigentümergehörigkeiten verändern kann.

„Man muss da unterscheiden zwischen den Reaktionen der Politik und dem direkten Kontakt mit dem politischen Personal ...“ (IP2, Zeile 114-115)

Es gibt unterschiedliche Wege, wie politische AkteurInnen versuchen auf die Berichterstattung Einfluss zu nehmen. Unter den Befragten besteht tendenziell ein Konsens, dass unter Einflussnahme auch die politische Pressearbeit fällt und das Teil des Jobs eines politischen Pressemitarbeiters ist. So kann es vorkommen, dass politische AkteurInnen auf die Berichterstattung direkt mit Anrufen reagieren, um darauf Einfluss zu nehmen. Beschwerden von politischen Parteien kommen eher von PressesprecherInnen als von PolitikerInnen selbst. Auch Kritik, die öffentlich geäußert wird, ist ein Weg, wie die Politik versucht auf den Journalismus

einzuwirken. Oder es können persönliche Gespräche mit einzelnen JournalistInnen eingesetzt werden, um Einfluss auf die Berichterstattung zu gewinnen. Auch Anrufe werden teilweise von politischen AkteurInnen eingesetzt.

Social Media spielt eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, wie die Politik den klassischen Journalismus beeinflussen kann. Denn durch Social Media sind politische Parteien von klassischen Medien weniger abhängig, da sie ihre Zielgruppe direkt mit ihren Themen erreichen können. So wird Social Media teilweise auch genutzt, um bei negativer Berichterstattung mit positiven Themen auf Social Media abzulenken.

6.6 Zusammenspiel von Politik und Journalismus

Für JournalistInnen ist es wichtig die Distanz zu politischen AkteurInnen zu wahren, dennoch ist eine Verflochtenheit von Politik und Journalismus tendenziell vorhanden. So steht die Recherchearbeit in einer Wechselwirkung mit der Politik.

„Das ist ja ein Geschäft, das, wie soll ich sagen. Ich mache jetzt fast 20 Jahre politischen Journalismus. Da hat man schon einiges gesehen, da hat man schon einige Mechanismen bei der Arbeit beobachtet können und da merkt man sehr schnell, ok, das wiederholt sich dann.“ (IP2, Zeile 108-110)

Erfahrene JournalistInnen merken, dass sich gewisse Mechanismen im Job im Laufe der Zeit wiederholen. Es kann festgehalten werden, dass die journalistische Arbeit zu einem gewissen Grad von politischen AkteurInnen abhängig ist. Daher ist es umso wichtiger, dass der Job als JournalistIn von der Politik so gut es geht getrennt wird. Manche der Befragten treffen eine Unterscheidung zwischen PolitikerInnen und politischem Personal oder Experten, die für die Hintergrundrecherche von Nöten sind. Die Aufgabe des Journalismus ist es objektiv zu informieren und sich nicht an Lobbys oder Parteien zu orientieren. Man kann sagen, dass JournalistInnen durch ihre Arbeit politisches Handeln kontrollieren. Um dieser Aufgabe gerecht zu werden, ist der Wunsch nach politischer Förderung von unabhängigem Journalismus laut. Die Tendenz geht in die Richtung, dass sich die Einstellung von politischen AkteurInnen gegenüber Medien im Laufe der vergangenen Jahre wenig verändert hat.

„Ich meine, ich kenne auch Situationen wo ich darauf wirklich zu einem Treffen gebeten wurde, weil einer Partei ein Text nicht genehm war. Man konnte mir aber quasi keinen inhaltlichen Fehler vorwerfen, er hat ihnen einfach nicht gepasst. Das ist dann schon etwas, was unangenehm ist und was, finde ich, eine Grenzüberschreitung sein kann.“ (IP5, Zeile 105-108)

Im Umgang zwischen JournalistInnen und politischen AkteurInnen ist es für RedakteurInnen wichtig, dass zum Beispiel PressesprecherInnen die Distanz wahren. Persönliche Treffen, um auf die Berichterstattung zu reagieren, wird

teilweise als Grenzüberschreitung bewertet. Meistens findet der Kontakt zwischen politischen AkteurInnen und JournalistInnen auf professioneller Ebene statt. Die Distanz ist essenziell, um die Rolle der vierten Gewalt im Staat ausüben zu können. Dennoch zählen Kontakte zu politischen AkteurInnen zu den Voraussetzungen, um Informationen für die Berichterstattung zu erhalten. Auch vonseiten der Politik existiert eine Bestrebung, eine gute Beziehung zu JournalistInnen zu pflegen.

6.7 Journalismus in Zeiten politischer Veränderungen

Für JournalistInnen ist die Zeit vor Wahlen von Nervosität geprägt, wenn die Wahl geschlagen ist, kehrt eher wieder Ruhe in die Redaktion ein. In der Berichterstattung rund um Wahlen liegt der Fokus noch stärker als üblich auf Innenpolitik. Manche JournalistInnen halten die Berichterstattung nach Wahlen außerdem für vorhersehbar, die Titelgeschichten unterscheiden sich nur bei bestimmten Medien.

Auch der Kontakt zu Medien ändert sich vonseiten der Politik, wenn eine Wahl stattfindet. Denn Parteien inszenieren sich vor und nach Wahlen auf unterschiedliche Art und Weise. Vor allem nach einer Wahl sind Parteien besonders stark mit Medien in Kontakt.

„Ich sage mal, das macht schon was mit der Psychologie einer Partei, ob sie gerade in der Regierung ist, mit dem Gesamtbild. Gerade bei der SPÖ hat

man es sehr stark gemerkt, dass sie sich wirklich Schwierigkeiten hat zu inszenieren.“ (IP8, Zeile 180-182)

Die befragten JournalistInnen sehen die Unterschiede in der Rolle als Regierungs- oder OppositionspolitikerInnen im Hinblick auf ihren Umgang mit Medien divers. So sagen manche, dass Regierungs- und Oppositionsparteien Medien gegenüber unterschiedliche auftreten und ihr Verhalten Medien gegenüber verändern. RegierungspolitikerInnen, die in die Opposition gehen haben manchmal Schwierigkeiten im Umgang mit JournalistInnen. Denn RegierungspolitikerInnen befinden sich Teils im Glauben, dass sie mehr Druck auf Medien ausüben können. Es kann auch vorkommen, dass PolitikerInnen, die von der Opposition in die Regierung kommen, eher versuchen auf die Berichterstattung Einfluss zu nehmen. Es wurde erwähnt, dass beispielsweise die SPÖ in der Opposition gleich agiert wie als Regierungspartei. Andere erkennen keinen Unterschied darin, wie sich Regierungs- und OppositionspolitikerInnen JournalistInnen gegenüber verhalten. Kritik an Berichterstattungen kommt sowohl von der Regierung als auch der Opposition.

Was für viele JournalistInnen einen Unterschied ausmacht, ist, dass die Opposition im Vergleich zur Regierung teilweise damit zu kämpfen hat, überhaupt in der Berichterstattung vorzukommen, weil Oppositionspolitik für die Berichterstattung eher weniger relevant ist, weil ihre Vorschläge nicht durchgehen. Ein Grund dafür ist, dass die Regierung zum einen mehr Macht hat, um Themen zu setzen und sie

generell eine höhere Relevanz für die Berichterstattung hat, wodurch sie sich weniger anstrengen müssen, um in der Berichterstattung vorzukommen. So sind beispielsweise RegierungspolitikerInnen für JournalistInnen tendenziell schwieriger zu erreichen. Für JournalistInnen ist es wiederum leichter Kontakt mit Oppositionsparteien aufzunehmen. Diese geben ihre Informationen eher preis, um überhaupt in der Berichterstattung vorzukommen. Ein weiterer Aspekt, der nicht außer Acht gelassen werden darf, ist, dass Regierungsparteien mehr Ressourcen für die Medienarbeit zur Verfügung stehen. Außerdem können sie im Vergleich zur Opposition eher ökonomischen Druck auf Medienbetriebe ausüben. Es wurde bemerkt, dass Parteien teilweise Zeit benötigen, um in der wechselnden Rolle aufzugehen. Beim Wechsel von Regierung in die Opposition und umgekehrt konnten teilweise Schwierigkeiten bemerkt werden.

6.8 Änderungen für Medien aufgrund von politischen Veränderungen

Nach Regierungswechsel ändert sich in der Regel auch das politische Personal, dadurch kann sich der Kontakt von JournalistInnen zu politischen AkteurInnen auf unterschiedliche Weise ändern. Das politische Klima kann sich auf die Arbeit von JournalistInnen auswirken, muss es aber nicht. Denn die Änderungen in der österreichischen Medienlandschaft sind je nach Regierung unterschiedlich stark ausgeprägt. Im Laufe der Zeit haben manche der Befragten festgestellt, dass bei politischen Debatten häufig die Personen wechseln, die Inhalte allerdings gleichbleiben.

Die befragten JournalistInnen gaben zum Teil an, dass sie Unterschiede im Arbeitsalltag erlebt haben, als die Koalition zwischen ÖVP und FPÖ von Dezember 2017 bis Mai 2019 im Amt war. Manche haben empfunden, dass diese Regierung Umbrüche in der Medienlandschaft gebracht hat, die bereits während der Koalitionsverhandlungen spürbar waren. Vor allem die ÖVP hat durch ihre Medienarbeit einen Umbruch bewirkt. Themen, die von der Regierung forciert wurden, bekamen in der Berichterstattung zum Teil größere Bedeutung und mehr Aufmerksamkeit. Andere gaben wiederum an, dass sich die Berichterstattung unter verschiedenen Regierungen nicht geändert hätte, weil die JournalistInnen die gleichen blieben.

Bei der Frage nach personellen Veränderungen in Medienunternehmen aufgrund von politischen Veränderungen gab es unterschiedliche Antworten. So haben einige keine personellen Veränderungen in der Redaktion wahrgenommen, die sie auf politische Veränderungen zurückführen würden. Dennoch gab es auch einige, die Personalveränderungen wahrgenommen haben, wenn es zu Änderungen in der Politik kam, da vor allem auf Führungsebene. Manche der Befragten arbeiten in Medienunternehmen, in denen Führungspositionen generell politisch besetzt werden. Dort ist der Einfluss der Politik auf Personalentscheidungen nicht von der Hand zu weisen. Doch personelle Änderungen haben nicht immer zwangsläufig politische Hintergründe.

Was nicht außer Acht zu lassen ist, sind Veränderungen der Eigentümerverhältnisse, denn diese können auch Änderungen in Medienunternehmen bewirken. So sind Regierungswechsel manchmal nicht direkt im Ressort merkbar, dennoch können Wechsel von Eigentümer und ChefredakteurInnen beobachtet werden.

Vor allem für junge JournalistInnen ist es manchmal nicht nachvollziehbar, welche personellen Änderungen politisch motiviert sind. Das kann man erst nach einer gewissen Zeit im Job erkennen. Interessanterweise widersprechen sich die Befragten, wenn es darum geht, seit wann das Phänomen auftritt. Denn es wird sowohl als neues, als auch als altes Phänomen bezeichnet.

6.9 Besonderheiten in der österreichischen Medienlandschaft

Interessanterweise wurden in den Interviews manche Medien genannt, die eine besondere Beziehung zur Politik aufweisen können. Hier wurde in erster Linie der ORF erwähnt, der durch seinen politisch besetzten Stiftungsrat eine abhängige Organisation darstellt, bei der es zu Änderungen im Stiftungsrat kommt, wenn Wahlen etwas an der politischen Landschaft geändert haben. Diese Umbesetzungen können sich in der Berichterstattung niederschlagen. Die meisten Befragten erwähnten aber, dass es sich beim ORF zwar um eine Medienunternehmen handelt, das der Politik durch seine Organisationsweise Nahe steht, die Berichterstattung dennoch unabhängig ist. Neben dem ORF wurde auch

der Kurier als Medienbetrieb genannt, der eine besondere Beziehung zur Politik hat. Spannend zu beobachten war, dass vor allem JournalistInnen, die in keinen der beiden Medienhäusern tätig sind, dem ORF und Kurier eine besondere Nähe zur Politik zuschreiben würden.

„In Österreich ist es wirklich schwierig auf Dauer erfolgreich gegen die Kronen Zeitung zu regieren, zum Beispiel. Also ich glaube, das ist nach wie vor so. Und das sieht man auch an den Inseraten, die gezahlt werden ...“ (IP5, Zeile 260-262)

Eine Besonderheit der österreichischen Medienlandschaft liegt in der Stärke des Boulevards – Boulevardmedien haben in Österreich einen massiven Einfluss auf die Politik. Darüber herrscht auf politischer Seite Klarheit, was sich darin bemerkbar macht, dass hohe Summen in Inserate investiert werden.

7 Beantwortung der Forschungsfragen

Im folgenden Kapitel werden die forschungsleitenden Fragen der vorliegenden Arbeit beantwortet.

FF1: Wie nehmen JournalistInnen in Österreich den Einfluss der Politik auf die Berichterstattung wahr?

Die Theorie gibt Aufschluss darüber, dass es unterschiedliche Faktoren gibt, die Einfluss auf die Agenda haben. Vor allem PolitikerInnen versuchen die Medienagenda zu instrumentalisieren, damit sie ihre eigenen Themen in den öffentlichen Diskurs einbringen können. Das Verhältnis von JournalistInnen und PolitikerInnen kann mit einem Tauziehen verglichen werden. JournalistInnen haben meistens wenig Interesse daran, die politische Agenda einfach zu übernehmen und versuchen selbst Themen in den Diskurs einzubringen. Agenda-Setting darf nicht als linearer Prozess betrachtet werden, weil es zeitweise eine sprunghafte Dynamik aufweist. Diese Feststellung in der Theorie findet sich auch in den empirischen Ergebnissen der vorliegenden Arbeit wider. Personen und Institutionen versuchen sich in den Medien optimal darzustellen. JournalistInnen sind von Informationen der politischen AkteurInnen abhängig, wodurch diese die Themenwahl durch ihre Information beeinflussen können. Die Recherchearbeit steht in einer Wechselwirkung mit der Politik, da JournalistInnen zu einem gewissen Grad von politischen AkteurInnen abhängig sind. Eine Verflochtenheit von Politik und Journalismus ist also vorhanden.

Es gibt unterschiedliche Einflussfaktoren auf die Themenauswahl, so haben hierarchisch höher gestellte Personen innerhalb einer Redaktion in vielen Fällen einen starken Einfluss, auch RezipientInnen dürfen in diesem Zusammenhang nicht

außer Acht gelassen werden. Denn die Themen für die Berichterstattung werden auf die Zielgruppe abgestimmt. Diese Erkenntnisse aus den empirischen Befunden kann durch die Theorie untermauert werden. Denn bereits Eichhorn (2005) sieht PolitikerInnen nicht als die einzigen, die die Medienagenda beeinflussen. Auch dem Publikum kann ein Einfluss zugeschrieben werden.

Die befragten JournalistInnen haben zum Teil einzelne Medienbetriebe in Österreich genannt, in denen sie den Einfluss der Politik besonders stark wahrnehmen können. In erster Linie wurde der ORF erwähnt, der durch seinen politisch besetzten Stiftungsrat eine abhängige Organisation darstellt, bei der es zu Änderungen im Stiftungsrat kommt, wenn Wahlen etwas an der politischen Landschaft verändert haben. Diese Umbesetzungen können sich in der Berichterstattung niederschlagen. Die meisten Befragten erwähnten aber, dass es sich beim ORF zwar um ein Medienunternehmen handelt, dass der Politik durch seine Organisationsweise nahesteht, die Berichterstattung dennoch als unabhängig wahrgenommen wird. Neben dem ORF wurde auch der „Kurier“ als Medienbetrieb genannt, der eine besondere Beziehung zur Politik hat. Spannend zu beobachten war, dass vor allem JournalistInnen, die in keinem der beiden genannten Medienhäusern tätig sind, eine besondere Nähe verorten würden.

Es konnte durch die Auswertung des empirischen Materials nicht nur erkannt werden, dass Politik einen Einfluss auf Journalismus hat, sondern auch umgekehrt. In der österreichischen Medienlandschaft haben vor allem Boulevardmedien einen

starken Einfluss auf die Politik. Darüber herrscht auf politischer Seite Klarheit, was sich darin bemerkbar macht, dass hohe Summen in Inserate investiert werden.

SFF1: Welche Bedeutung hat für JournalistInnen in Österreich ein Regierungswechsel in Bezug auf den Einfluss der Politik auf die Berichterstattung?

In der Theorie konnte festgestellt werden, dass politische AkteurInnen zur Mobilisierung von Unterstützungen auf die Beeinflussung der öffentlichen Debatte angewiesen sind. Auch Wahlausgänge sind von der Themenagenda der Medien zum Teil abhängig.

Vor diesem Hintergrund ist es nicht verwunderlich, dass sich der Kontakt zu Medien vonseiten der Politik ändert, wenn eine Wahl stattfindet. Denn Parteien inszenieren sich vor und nach Wahlen auf unterschiedliche Weise. Vor allem nach einer Wahl sind Parteien besonders stark mit Medien in Kontakt. Die befragten JournalistInnen können diesen Befund aus der Theorie zum Teil bestätigen. Für JournalistInnen ist ein Unterschied vor und nach Wahlen bemerkbar. Die Zeit vor Wahlen ist von Nervosität geprägt, wenn die Wahl geschlagen ist, kehrt eher wieder Ruhe in die Redaktion ein. In der Berichterstattung rund um Wahlen liegt der Fokus noch stärker als üblich auf Innenpolitik. Die befragten JournalistInnen sagen zum Teil, dass Regierungs- und Oppositionsparteien Medien gegenüber unterschiedliche auftreten und ihr Verhalten verändern. RegierungspolitikerInnen, die in die Opposition gehen

haben manchmal Schwierigkeiten im Umgang mit JournalistInnen. Denn RegierungspolitikerInnen befinden sich Teils im Glauben, dass sie mehr Einfluss auf Medien ausüben können. Es kann auch vorkommen, dass PolitikerInnen, die von der Opposition in die Regierung wechseln, eher versuchen auf die Berichterstattung Einfluss zu nehmen. Andere erkennen keinen Unterschied darin, wie sich Regierungs- und OppositionspolitikerInnen JournalistInnen gegenüber verhalten.

Ein Unterschied, der im Verhalten von OppositionspolitikerInnen im Vergleich zur Regierung auffällig ist, dass die Opposition teilweise damit zu kämpfen hat, überhaupt in der Berichterstattung vorzukommen, weil Oppositionspolitik für die Berichterstattung weniger relevant ist, da die Vorschläge in der Regeln nicht umgesetzt werden. Ein Grund dafür ist, dass die Regierung zum einen mehr Macht hat, um Themen zu setzen und sie generell eine höhere Relevanz für die Berichterstattung aufweist, wodurch sie sich weniger anstrengen muss, um in der Berichterstattung vorzukommen. Das hat auch Auswirkungen darauf, wie schwierig es für JournalistInnen ist, PolitikerInnen zu erreichen. RegierungspolitikerInnen sind tendenziell schwieriger zu erreichen, leichter ist es wiederum Kontakt mit Oppositionsparteien aufzunehmen. Diese geben ihre Informationen eher preis, um überhaupt in der Berichterstattung vorzukommen. Ein weiterer Aspekt, der nicht außer Acht gelassen werden darf, ist, dass Regierungsparteien mehr Ressourcen für die Medienarbeit zur Verfügung stehen. Außerdem können sie im Vergleich zur Opposition eher ökonomischen Druck auf Medienbetriebe ausüben. Es wurde bemerkt, dass Parteien teilweise Zeit benötigen, um in der wechselnden Rolle

aufzugehen. Beim Wechsel von der Regierung in die Opposition und umgekehrt konnten teilweise Schwierigkeiten bemerkt werden.

Manche der Befragten haben unter der Koalition zwischen ÖVP und FPÖ von Dezember 2017 bis Mai 2019 bemerkt, dass der Druck auf Medien besonders groß war. Es wurde zum einen versucht Medienbetriebe im Allgemeinen einzuschüchtern oder Druck auf einzelne JournalistInnen im Speziellen auszuüben. So hat die Regierung unter anderem versucht den Berufsstand JournalistIn in der Öffentlichkeit schlecht zu machen. Auch gesetzliche Änderungen vonseiten der Politik können die journalistische Arbeit beeinflussen, so zum Beispiel eine Reform des ORF-Gesetzes.

FF2: Wie nehmen Politiker Einfluss auf die Berichterstattung aus Sicht von JournalistInnen in Österreich?

Im Theorieteil wurde ersichtlich gemacht, dass PolitikerInnen Medien als Quelle der Information über die Meinung der Öffentlichkeit nutzen. Aufgrund dessen liegt es auf der Hand, dass ein wechselseitiges Verhältnis zwischen der Politikagenda und der Medienagenda vermutet werden kann. Denn Medien können die politische Agenda nicht ignorieren, da sie sonst den Auftrag der Informationsbereitstellung für die Öffentlichkeit vernachlässigen würden. PolitikerInnen versuchen durch Informationen und Positionierung, Geschichten zu verstärken oder abzuschwächen. Sie machen teilweise JournalistInnen auf Themen aufmerksam, aus denen sie einen

politischen Nutzen ziehen. Das bedeutet, dass politische AkteurInnen den Teil der Geschichte ausführlicher erklären, von dem sie profitieren.

Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass die Themen, die von der Politik vorgegeben werden in vielen Fällen von Medien in der Berichterstattung übernommen werden, da die Politik durch ihr Handeln Themen für die Berichterstattung setzt, über die diskutiert wird. Wie stark die Politik Themen für die Berichterstattung vorgibt, ist unter anderem von der Arbeit des politischen Presseteams abhängig. Von politischer Seite wird versucht, dass Kritik weniger Beachtung bekommt und Themen in die Berichterstattung eingebracht werden, die im öffentlichen Diskurs positiv mit politischen AkteurInnen verbunden werden. Es kann vorkommen, dass durch politische Themensetzung manche Geschehnisse in der Berichterstattung untergehen. Vonseiten der Politik wird zeitweise Nähe zu bestimmten JournalistInnen unter gewissen Bedingungen bewusst aufgebaut oder auch wieder weggenommen. Weiters ist es der Politik möglich, in der Öffentlichkeit für bestimmte Medien, Aufmerksamkeit zu erzeugen. Die Politik hat die Macht, den Berufsstand der JournalistInnen in der Öffentlichkeit zu diskreditieren, was durch Vorwürfe der Lügenpressen in Österreich bereits vorgekommen ist. Auch Kritik, die öffentlich geäußert wird, ist ein Weg, wie die Politik versucht auf den Journalismus einzuwirken. Der Politik ist es möglich die Grenzen in der Berichterstattung zu verschieben. So bemerkte eine Befragte, dass konservative und rechtspopulistische Parteien die Grenze in der Berichterstattung vom Mitte-Diskurs nach Links verschieben. Ein Journalist stellte fest, dass ein Weg von politischer Einflussnahme

auf die Berichterstattung darin liegt, dass alle Parteien versuchen Medien gegenüber als die einzig wahren Experten aufzutreten, wenn es um öffentlich weniger diskutierte Themen geht.

Social Media spielt eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, wie die Politik den klassischen Journalismus beeinflussen kann. Denn durch Social Media sind politische Parteien von klassischen Medien weniger abhängig, da sie ihre Zielgruppe direkt mit ihren Themen erreichen können. Immer mehr Parteien nutzen eigene Medien, um ihre Themen in den öffentlichen Diskurs einzubringen. In diesem Zusammenhang wird die Rolle von Social Media von JournalistInnen kritisch betrachtet, da Social Media der Politik die Möglichkeit bietet, ihre Themen ungefiltert ohne kritischen Journalismus zu verbreiten. Dadurch verlieren klassische Medien tendenziell an Bedeutung und Social Media kann zur politischen Verschiebung beitragen.

Unter den befragten JournalistInnen gaben einige an, bereits erlebt zu haben, dass PolitikerInnen auf hierarchisch höchster Ebene Kündigungen von einzelnen JournalistInnen verlangt haben, wenn sie mit der Berichterstattung nicht einverstanden waren. Es konnte festgestellt werden, dass die politischen Einflussnahmeversuche auf Medienbetriebe tendenziell auf höchster Ebene ablaufen, das bedeutet, es werden EigentümerInnen oder ChefredakteurInnen kontaktiert. Wichtig ist, dass sich ChefredakteurInnen vor politischer Seite verteidigen können. Politischer Einfluss ist weniger bei der Arbeit einzelner

RedakteurInnen bemerkbar, sondern auf hierarchisch höhere Ebene. Der politische Druck macht sich bemerkbar, wenn Themen aus der Berichterstattung gestrichen oder andere Themen wiederum größer aufbereitet werden. Es hat sich gezeigt, dass JournalistInnen den Einfluss auf subtiler Ebene verorten würden. Nicht außer Acht zu lassen ist, dass sich die Ausrichtung von Medienunternehmen auch durch geänderte Eigentümerverhältnisse verändern kann.

Es kann vorkommen, dass politische AkteurInnen auf die Berichterstattung direkt mit Anrufen reagieren, um darauf Einfluss zu nehmen. Beschwerden von politischen Parteien kommen eher von PressesprecherInnen als von PolitikerInnen selbst. Oder es können persönliche Gespräche mit einzelnen JournalistInnen eingesetzt werden, um Einfluss auf die Berichterstattung zu gewinnen. Persönliche Kritik an der Berichterstattung kann das Verhältnis von JournalistInnen zu politischen AkteurInnen auf persönlicher Ebene negativ beeinflussen. Denn vor allem jüngere RedakteurInnen können durch politische Kritik dazu verleitet sein, vorsichtiger zu werden. Persönliche Treffen, um auf die Berichterstattung zu reagieren, wird als Grenzüberschreitung bewertet.

SFF2: Wie nehmen Politiker nach einem Regierungswechsel Einfluss auf die Berichterstattung aus Sicht der JournalistInnen?

Im Theorieteil konnte festgestellt werden, dass politische AkteurInnen ein Interesse daran haben ihre Themen in der Berichterstattung zu platzieren. Aufgrund dessen,

dass sich nach Regierungswechsel in der Regel auch das politische Personal ändert, kann sich der Kontakt von JournalistInnen zu politischen AkteurInnen auf unterschiedliche Weise ändern. Das politische Klima kann sich auf die Arbeit von JournalistInnen auswirken, muss es aber nicht. Denn die Änderungen in der österreichischen Medienlandschaft sind je nach Regierung unterschiedlich stark ausgeprägt.

Als die Koalition zwischen ÖVP und FPÖ von Dezember 2017 bis Mai 2019 im Amt war, haben manche JournalistInnen Unterschiede wahrgenommen. Sie waren der Meinung, dass diese Regierung Umbrüche in der Medienlandschaft gebracht hat, die bereits während der Koalitionsverhandlungen spürbar waren. Vor allem die ÖVP hat durch ihre Medienarbeit einen Umbruch bewirkt. Themen, die von der Regierung forciert wurden, bekamen in der Berichterstattung zum Teil größere Bedeutung und mehr Aufmerksamkeit. Die Koalition hat in der Medienberichterstattung besonders stark auf Asyl-Themen gesetzt, die medial verstärkt aufgegriffen wurden. Es ist wichtig, dass JournalistInnen Themen, die von politischer Seite in die Berichterstattung eingebracht werden auch kritisch hinterfragen. Andere JournalistInnen gaben im Interview wiederum an, dass sich die Berichterstattung unter verschiedenen Regierungen nicht geändert hätte, weil die JournalistInnen die gleichen blieben.

Nach Regierungswechseln kann es vorkommen, dass es zu personellen Änderungen in Redaktionen kommt. Doch einige der Befragten haben keine

personellen Veränderungen wahrgenommen, die sie auf politische Veränderungen zurückführen würden. Dennoch gab es auch einige, die Personalveränderungen wahrgenommen haben, wenn es zu Änderungen in der Politik kam, da vor allem auf Führungsebene. Manche der Befragten arbeiten in Medienunternehmen, in denen Führungspositionen politisch besetzt werden. Dort ist der Einfluss der Politik auf Personalentscheidungen nicht von der Hand zu weisen. Doch personelle Änderungen haben nicht immer politische Hintergründe. Was auch berücksichtigt werden muss, sind Veränderungen der Eigentümergeverhältnisse, denn diese können auch Änderungen in Medienunternehmen bewirken. So sind Regierungswechsel manchmal nicht direkt im Ressort merkbar, dennoch können Wechsel von Eigentümern und ChefredakteurInnen beobachtet werden.

Während der Koalition zwischen ÖVP und FPÖ von Dezember 2017 bis Mai 2019 haben JournalistInnen bemerkt, dass Informationen zurückgehalten oder nur einem bestimmten Kreis zugänglich gemacht wurden. Das FPÖ-geführte Innenministerium hat es für JournalistInnen teilweise schwieriger gemacht, Informationen zu bekommen, was die Zusammenarbeit verändert hat. Die Informationsverweigerung kann dazu führen, dass Themen in der Berichterstattung nicht berücksichtigt werden können, weil Informationen fehlen. Somit ist es der Politik möglich bis zu einem gewissen Grad, Berichterstattung zu verhindern. In diesem Zusammenhang wurde Message-Control häufig erwähnt, was die journalistische Arbeit erschwerte. So wurden nach der Ibiza-Affäre gleichlautende Wortmeldungen herausgegeben und keine JournalistInnenfragen erlaubt.

7.1 Generierung von Hypothesen

Ein Ziel der qualitativen Forschung ist das Generieren von Hypothesen, daher wurden keine Hypothesen zu den Forschungsfragen gestellt (Mayring, 2010). Zum Abschluss dieser Forschungsarbeit können die Hypothesen gebildet werden. Dazu werden erneut die forschungsleitenden Fragen herangezogen, die wie folgt lauten:

FF1: Wie nehmen JournalistInnen in Österreich den Einfluss der Politik auf die Berichterstattung wahr?

SFF1: Welche Bedeutung hat für JournalistInnen in Österreich ein Regierungswechsel in Bezug auf den Einfluss der Politik auf die Berichterstattung?

FF2: Wie nehmen Politiker Einfluss auf die Berichterstattung aus Sicht von JournalistInnen in Österreich?

SFF2: Wie nehmen Politiker nach einem Regierungswechsel Einfluss auf die Berichterstattung aus Sicht der JournalistInnen?

Die Hypothesen werden anhand der Ergebnisse der theoretischen und empirischen Forschung aufgestellt.

H: Die politische Besetzung von journalistischen Führungskräften hat einen Einfluss auf die Themenwahl und die Berichterstattung.

H: Änderungen des politischen Personals haben Auswirkungen auf den Kontakt zwischen JournalistInnen und politischen AkteurInnen.

H: PolitikerInnen setzen durch ihr Handeln Themen für die Berichterstattung.

H: RegierungspolitikerInnen, die in die Opposition wechseln haben Schwierigkeiten im Umgang mit JournalistInnen.

H: Einflussnahmeversuche von PolitikerInnen finden auf redaktioneller Ebene auf einer hierarchisch höheren Stufe statt.

H: Politisches Personal setzt auf Informationsverweigerung, um Berichterstattung zu verhindern.

Die Arbeit wird mit Conclusio und Ausblick abgeschlossen.

8 Conclusio und Ausblick

Die vorliegende Arbeit hatte das Ziel, durch eine qualitative Erhebung, herauszufinden, wie JournalistInnen in Österreich die Rolle der Politik wahrnehmen, sprich wie sie den Einfluss auf ihre Arbeit bewerten, wobei das Forschungsinteresse sich auch auf Regierungswechsel gerichtet hat.

Es hat sich gezeigt, dass der Theorieteil durch die qualitativen Ergebnisse zum Teil bestätigt werden konnte. So sind die befragten JournalistInnen der Meinung, dass sie von der Information von politischen AkteurInnen bis zu einem gewissen Grad

abhängig sind, wodurch diese die Themenwahl durch ihre Information beeinflussen können. Was sich auch darin zeigt, dass Themen, die von der Politik vorgegeben werden, in vielen Fällen von Medien in der Berichterstattung übernommen werden, da die Politik durch ihr Handeln Themen für die Berichterstattung setzt. Politischer Einfluss kann sich auch auf personeller Ebene bemerkbar machen. So haben einige der befragten JournalistInnen bereits erlebt, dass PolitikerInnen ihre Kündigung verlangt haben. Es konnte festgestellt werden, dass die politischen Einflussnahmeversuche auf Medienbetriebe tendenziell auf höchster Ebene ablaufen. Bestimmte Medienbetriebe in Österreich haben mit einem besonders starken Einfluss der Politik umzugehen. Hier weist der ORF eine Besonderheit am österreichischen Medienmarkt auf, da der Stiftungsrat politische besetzt wird, wodurch es zu Veränderungen kommen kann, wenn Wahlen etwas an der politischen Landschaft verändert haben.

Wahlausgänge sind von der Themenagenda der Medien zum Teil abhängig. Daher ist es nicht verwunderlich, dass sich der Kontakt zu Medien vonseiten der Politik ändert, wenn eine Wahl stattfindet. Denn Parteien inszenieren sich vor und nach Wahlen auf unterschiedliche Weise. Auch das Verhalten von Regierungs- und Oppositionsparteien gegenüber Medien weist Unterschiede auf. Was sich unter anderem darin bemerkbar macht, dass die Opposition teilweise damit zu kämpfen hat, überhaupt in der Berichterstattung vorzukommen, während die Regierung mehr Macht hat, um Themen zu setzen und sie generell eine höhere Relevanz für die Berichterstattung aufweist.

In Bezug auf das Forschungsinteresse zum Unterschiede des politischen Einflusses nach Regierungswechsel, konnte festgestellt werden, dass JournalistInnen den Druck auf Medien unter verschiedenen Regierungen unterschiedlich stark wahrnehmen. Es wurde unter verschiedene Regierungen unterschiedlich starke Umbrüche in der Medienlandschaft wahrgenommen, die zum Teil bereits während der Koalitionsverhandlungen spürbar waren. Das kann sich darin widerspiegeln, dass Themen, auf die die Regierung einen Fokus legt, in der Berichterstattung mehr Aufmerksamkeit bekommen. Es kann vorkommen, dass von PolitikerInnen Informationen zurückgehalten oder nur einem bestimmten Kreis zugänglich gemacht werden. Außerdem kann es unter verschiedenen Regierungen für JournalistInnen unterschiedlich schwer sein, Informationen zu bekommen, was die Zusammenarbeit verändert hat. Bei Informationsverweigerung kann es dazukommen, dass Themen in der Berichterstattung nicht berücksichtigt werden können, weil Informationen fehlen. Somit ist es der Politik möglich bis zu einem gewissen Grad, Berichterstattung zu verhindern. Nach einem Regierungswechsel kann es vorkommen, dass es zu personellen Änderungen in Medienbetrieben kommt. Doch personelle Änderungen haben nicht immer politische Hintergründe. Was auch berücksichtigt werden muss, sind Veränderungen der Eigentümerverhältnisse, denn diese können auch Änderungen in Medienunternehmen bewirken.

Wie bereits angeführt wurden in der vorliegenden Arbeit JournalistInnen in Österreich aus den unterschiedlichsten Ressorts befragt. Es lässt sich jedoch vermuten, dass es am sinnvollsten gewesen wäre, ausschließlich JournalistInnen zu

befragen, die im Innenpolitik-Ressort tätig sind und ihre Inhalte selbst produzieren, da hier der Kontakt zu politischen AkteurInnen mit großer Wahrscheinlichkeit am engsten ist. Daher wäre es für weiterführende Forschungen zum Thema ratsam, einen besonderen Fokus auf diese JournalistInnengruppe zu legen.

Im Zusammenhang mit dem politischen Einfluss auf Journalismus in Österreich wären qualitative und quantitative Untersuchungen der journalistischen Produkte gewinnbringend. Vor allem Inhaltsanalysen könnten darüber Aufschluss geben, ob und inwiefern der politische Einfluss in der Berichterstattung bemerkbar ist. Es hat sich im Zuge der Arbeit herausgestellt, dass hier vor allem eine Untersuchung der Berichterstattung im ORF interessant wäre, da viel JournalistInnen hier eine Besonderheit durch die Organisationsweise verortet haben. Es wäre weiters auch interessant eine Unterscheidung zwischen Boulevard- und Qualitätsmedien zu vollziehen. Aus Datenschutzgründen wurde in der vorliegenden Arbeit darauf verzichtet darauf einzugehen, bei welchem Medienbetrieb die ProbandInnen angestellt sind.

Literatur

- Brosius, H. B., & Eps, P. (1993). Verändern Schlüsselereignisse journalistische Selektionskriterien? Framing am Beispiel der Berichterstattung über Anschläge gegen Ausländer und Asylanten. *Rundfunk und Fernsehen*, 41(4), 512-530.
- Cohen, B. C., (1963): *The Press and Foreign Policy*. Princeton.
- Ehlers, R. (1983). Themenstrukturierung durch Massenmedien. Zum Stand der empirischen Agenda-Setting-Forschung. *Publizistik*, 28(2), 167-186.
- Eichhorn, W. (2005). *Agenda-Setting-Prozesse*.
- Fechner, R. (2018). *Journalismus und Presse-bzw. Medienarbeit im 21. Jahrhundert: Erweiterung des Intereffikationsmodells im Rahmen von zwei Fallstudien*. Springer-Verlag.
- Filipovic, N. S. (2014). *Die Berichterstattung zum EU-Beitritt Kroatiens in österreichischen und kroatischen Tageszeitungen* (Doctoral dissertation, uni-wien).
- Flick, U. (2011). *Qualitative Sozialforschung: eine Einführung*. (4. Auflage) Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.
- Hefferich, C. (2011). Die Qualität qualitativer Daten. *Manual für die Durchführung qualitativer Interviews*, 4.
- Heiss, R. (2012). *Das Framing chinesischer Medienereignisse im Vergleich* (Doctoral dissertation, uni-wien).
- Hug, T., Poscheschnik, G., & Lederer, B. (2010). Empirisch forschen. Die Planung und Umsetzung von Projekten im Studium. Konstanz: UVK-Verl. *Ges.(Studieren, aber richtig*, 3357).

Klapper, J. T. (1960). The effects of mass communication.

Korn, C. (2018). *Wenn Medien Negatives über den Arbeitgeber berichten: Reaktionen der Mitarbeiter und die Rolle der internen Kommunikation*. Springer-Verlag.

Kovic, M. (2017). *Agenda-Setting zwischen Parlament und Medien*.

Kromrey, H. (2009). Empirische Sozialforschung: Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung, 12., überarbeitete und ergänzte Auflage. *Stuttgart: Lucius & Lucius*.

Lamnek, S. (2010). Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch. 5. überarbeitete Auflage. Unter Mitarbeit von Claudia Krell.

Lang, G. E., & Lang, K. (1991). Watergate: An exploration of the agenda-building process. *Agenda setting. Readings on media, public opinion and policymaking*, 277-289.

Mayerhofer, S. (2014). *90 Jahre Hörfunk in Österreich - der Beruf der Radiomoderators im Wandel der Zeit*.

Mayring, P. 8 (2003). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken.

Mayring, P. (2010). *Grundlagen und Techniken* 11., aktualisierte und überarbeitete Auflage.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.

Mediasearch: Marktanteile 2017. In:

<https://der.orf.at/medienforschung/fernsehen/marktanteil/index.html>. [29.8.2018].

- Megwa, E. R., & Brenner, D. J. (1988). Toward a paradigm of media agenda-setting effect: Agenda-setting as a process. *Howard Journal of Communications*, 1(1), 39-56.
- Rauchenzauner, E. (2008). *Schlüsselereignisse in der Medienberichterstattung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Raupp, J., & Vogelgesang, J. (2009). Medienresonanzanalyse. *Eine Einführung in Theorie und Praxis, Wiesbaden*, 147-171.
- Riedl, A., Mühl, B., & Maurer, P. (2018). Anpassung an die Medienlogik? Eine Untersuchung politischer Kommunikationsstrategien von AkteurInnen aus Deutschland und Österreich. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 47(1), 1-16.
- Rössler, P. (2013). *Agenda-Setting: Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese* (Vol. 27). Springer-Verlag.
- Schenkel-Nofz, M., & Walther, M. (2014). Ideal und Wirklichkeit ethischen Konsums/Ideal and Reality of Ethical Consumption. *Zeitschrift für Wirtschafts-und Unternehmensethik*, 15(2), 215.
- Schmid-Petri, H. (2012). *Das Framing von Issues in Medien und Politik: Eine Analyse systemspezifischer Besonderheiten*. Springer-Verlag.
- Schröcker, D. (2015). *Informativ ABER langweilig? : die Rolle des ORF in der politischen Informationsvermittlung für ErstwählerInnen im Hintergrund der Europawahlen 2014* (Magisterarbeit).
- Siune, K., & Borre, O. (1975). Setting the agenda for a Danish election. *Journal of Communication*, 25(1), 65-73.

Steinmaurer, T. (2012). Medien und Medienpolitik in Österreich—ein Überblick.
Informationen zur politischen Bildung, (35).

9 Abstract

9.1 Deutsch

Die vorliegende Arbeit trägt den Titel „Die Rolle der Politik für den Journalismus in Österreich“ und widmet sich der Frage, wie JournalistInnen den Einfluss der Politik wahrnehmen. Um die Frage zu beantworten, wurde eine theoretische Einbettung des Themas vorgenommen. Dazu wurde auf den Agenda-Setting-Ansatz zurückgegriffen und im Speziellen auch die Weiterentwicklung dessen betrachtet. Im nächsten Schritte war es wichtig, die Medienlandschaft in Österreich zu beleuchten. Hier wurden Print-, Fernsehmedien und Hörfunk beschrieben und das Verhältnis der Medien zur Politik erörtert.

Um die forschungsleitenden Fragen zu beantworten, wie JournalistInnen den Einfluss der Politik auf die Berichterstattung wahrnehmen, und wie die Politik auf die Berichterstattung Einfluss nimmt, sowie welche Bedeutung ein Regierungswechsel in diesem Zusammenhang hat, wurden qualitative Interviews durchgeführt. Im Zuge dessen wurden JournalistInnen in Österreich, die für dieses Forschungsinteresse als ExpertInnen fungieren, in Einzelgesprächen befragt. Die Interviews wurden durch eine qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring ausgewertet. Die Ergebnisse zeigen, dass die Politik einen Einfluss auf die Berichterstattung aufweist, da die Politik im Allgemeinen durch ihr Handeln Themen setzt, die in der Berichterstattung von JournalistInnen aufgegriffen werden. Weiters versuchen politische AkteurInnen durch unterschiedliche Mittel auch im Speziellen auf die

Berichterstattung einzuwirken. Das kann sich bei Regierungswechseln auf unterschiedliche Art zeigen.

9.2 Englisch

The present study "The Role of Politics in connection with Journalism in Austria" focuses on the question of how journalists perceive the influence of politics. To answer this question, a theoretical embedding of the topic was made. For this purpose, the agenda-setting-approach was used and, in particular, the further development of this approach was taken into consideration. As a next step, it was important to consider the media landscape in Austria. Therefore, print, television and radio were described and the relationship of these media to politics was discussed.

In order to answer the research-related questions on how journalists perceive the influence of politics on media coverage, how politics influences media coverage, and to assess the significance of a change of government in these contexts, qualitative interviews were conducted. In this course, journalists in Austria, who act as experts for this research, were consulted in one-to-one interviews. The interviews were analyzed by a qualitative content analysis according to Mayring. The results of this analysis show that politics can have an impact on media reporting in that politics generally sets topics that are taken up in journalists' media coverage. Furthermore, political actors try to use different ways to influence the mediacoverage in particular. This can be manifested in different ways during government changes.