



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Ethische Diskurse, ihre Akteur*innen sowie ihr
veränderndes Potenzial in Österreichs Journalismus“

verfasst von / submitted by

Iris Krottenhammer, Bakk. phil.

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

Wien, 2021 / Vienna 2021

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:

Masterstudium Publizistik-
und Kommunikationswissenschaften

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Sophie Lecheler

DANKE an meine Familie und Freund*innen, die mich auf meinem Weg zum akademischen Titel emotional unterstützt und begleitet haben.

„Es kommt also nicht wenig darauf an, ob man schon von Kindheit an so oder so gewöhnt wird; es hängt viel davon ab, ja sogar alles.“ Aristoteles

Nudellauf

Nudeln...Nudeln...Nudeln...Nudeln...Nudeln...Nudeln...Nudeln...Nudeln...Nudeln...Nudeln

Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln

Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln

Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln

Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln

Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln.....Nudeln

.....

...

.

akademischer Titel

DANKE an meine Interviewpartner*innen für eure Zeit und Offenheit.

... für Betreuung und Inspiration an Univ.-Prof. Dr. Lecheler und ao. Univ.-Prof. Dr. Hausjell

... Peter Horvat fürs Korrekturlesen und dein Vertrauen in mich.

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG	7
2. ETHIK.....	8
2.1 DIE SENSATIONS Lust UND IHR EVENTUELLER EINFLUSS AUF DIE MEDIENWAHL.....	9
2.2 WAS DER GEBRAUCH EINES WORTES SAGEN KANN – SENSATION, SENSATIONS Lust UND SENSATIONSJOURNALISMUS	11
2.3 EINE UNTERSCHIEDUNG ZWISCHEN GESINNUNGS- UND VERANTWORTUNGSETHIK	13
3. JOURNALISTISCHE ETHIK.....	14
3.1 ABGRENZUNG DER JOURNALISTISCHEN ETHIK ZUR MEDIENETHIK	14
3.2 MEDIENETHISCHE ANWENDUNGSBEREICHE.....	15
3.2.1 Tugendethik – Der Weg zum Glück	15
3.2.2 Deontologische Ethik – gutes Handeln aus freiem Willen	15
3.2.3 Vertragsmodelle – guter schlechterster Platz	16
3.2.4 Systemtheorie – eine Wechselbeziehung.....	16
3.2.5 Diskursethik – streben nach Idealen	17
3.3 VERANTWORTUNG IM JOURNALISMUS – HISTORIE, DIFFERENZIERUNG & DEMOKRATIE.....	18
4. JOURNALISMUS IN ÖSTERREICH.....	20
4.1 UNTERSCHIEDUNG BOULEVARD- UND QUALITÄTSMEDIEN	20
4.2 DIE BEDEUTUNG DES JOURNALISMUS IN ÖSTERREICH - HEUTE	21
4.3 MEDIENETHISCH RELEVANTE SPEZIFIKA DES ÖSTERREICHISCHEN MEDIENMARKTS.....	23
4.3.1 Deutsche Medieneigentümer in Österreich 2021 als medienethisches Spezifikum	24
4.3.2 Die auflagenstärkste Zeitung Österreich als medienethisches Spezifikum	25
4.3.2.1 Historie der Kronen Zeitung	25
4.3.3 Das Amtsgeheimnis als medienethisches Spezifikum.....	27
4.3.4 Die Presseförderung als medienethisch relevantes Spezifikum.....	28
4.3.5 Die Parteieninserate als medienethisch relevantes Spezifikum	33
4.3.6 Die Auflösung des Presserats als medienethisch relevantes Spezifikum	33
4.3.6.1 Der Österreichische Presserat vor 2002.....	34
5. PRESSE- UND MEDIENRÄTE	35
5.1 SELBSTREGULIERUNG, IHRE ABSICHTEN UND AUFGABEN	35
5.2 REGULIERUNG VON FERNSEHEN UND RUNDFUNK IN ÖSTERREICH	37
5.2 SPEZIFIKA DES ÖSTERREICHISCHEN PRESSERATS	38
5.2.1 Die Mitglieder des Österreichischen Presserats	38
5.2.2 Mögliche Reaktionen bei Meldung von medienethischen Verstößen.....	39
5.2.3 Öffentlichkeitswirkung von Rügen.....	39
5.2.4 Der Rechtverzicht bei Beschwerdeverfahren.....	40
5.2.5 Die mediale Zuständigkeit.....	41
5.2.6 Die Akzeptanz des Presserats bei Österreichs Printmedien.....	42
6. EMPIRIE	44
6.1 RELEVANZ DER THEORIE FÜR DIE EMPIRIE	44
6.2 FORSCHUNGSSTAND ZUR JOURNALISTISCHEN ETHIK	46
6.3 FORSCHUNGSFRAGEN	48
6.4 METHODENBESCHREIBUNG.....	48
6.5 AUSWERTUNG, DARSTELLUNG DER ERGEBNISSE	52
6.5.1 Akteur*innen im ethischen Diskurs und ihre Wirkung.....	52
6.5.2 Ansprüche der Journalist*innen an eine ethisch journalistische Praxis.....	56
6.5.2.1 Ansprüche der Journalist*innen an den Journalismus.....	56
6.5.2.2 Ansprüche der Journalist*innen an die Strukturen der Medieninstitution	64
6.5.2.3 Ansprüche der Journalist*innen an die Gesellschaft	64
6.5.2.4 Ansprüche der Journalist*innen an den Markt.....	65
6.5.3 Weitere Handlungsschritte nach Auseinandersetzungen mit der Führungsebene.....	67

6.5.4 Diskussionskultur in Österreichs Redaktionsräumen	68
6.5.5 Finanzielle Abhängigkeiten und ihre Auswirkung auf den Journalismus.....	70
6.5.6 Medienethisch bedeutsamer Einfluss der Leser*innen auf Berichterstattung.....	71
6.6 INTERPRETATION	72
7. SCHLUSS.....	73
8. BIBLIOGRAPHIE:.....	75
9. ANHANG	83
9.1 VORSTELLUNG DER INTERVIEWTEN JOURNALIST*INNEN	83
9.2 LEITFADEN	85
9.3 CODEBUCH.....	86
9.4 ABSTRACT	88

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1 MEDIA-ANALYSE 2020	10
ABBILDUNG 2 MEDIA-ANALYSE 2020	11
ABBILDUNG 3 ORF, 2019: https://oe1.orf.at/artikel/633592 , ZULETZT ZUGRIFFEN: 19.06.21	23
ABBILDUNG 4 KONTRAST, 2019: https://kontrast.at/medien-oesterreich/ ZULETZT ZUGRIFFEN: 19.06.21	25
ABBILDUNG 5 DERSTANDARD.AT, 2020: https://www.derstandard.at/story/2000118704741 ZULETZT ZUGRIFFEN: 19.06.21.....	30
ABBILDUNG 6 DERSTANDARD.AT, 2021: https://www.derstandard.at/story/2000123737995 ZULETZT ZUGRIFFEN: 19.06.21.....	32
ABBILDUNG 7 EIGENE DARSTELLUNG, DATEN FALLSTATISTIK 2020 VON PRESSERAT.AT.....	43
ABBILDUNG 8 FOTO AUS KARMASIN, 2015: S.124	47
ABBILDUNG 9 EIGENE DARSTELLUNG DER ABHÄNGIGKEITEN.....	51

1. Einleitung

In dieser Arbeit beschäftige ich mich mit der journalistischen Ethik in Österreichs Journalismus. Im Theorieteil behandle ich zunächst allgemein den Begriff Ethik, gehe dabei näher auf die Sensationslust und ihre möglichen Auswirkungen auf den Medienkonsum ein und komme dann über die Sprachphilosophie zur Bedeutung des Sprachgebrauchs. Anschließend befasse ich mich näher mit der journalistischen Ethik und leite durch unterschiedliche ethische Theorien und ihre Anwendung in der Medienethik. In diesem Kapitel widme ich mich dann abschließend der Verantwortung im Journalismus und beleuchte ihren historischen Wandel. Dann thematisiere ich den Journalismus in Österreich und differenziere zwischen Boulevard- und Qualitätsmedien sowie ihren Bedeutungen für die journalistische Ethik. Danach widme ich mich dem Journalismus als Teil eines demokratischen Systems und berücksichtige technische Innovationen sowie ihre Auswirkungen auf die gegenwärtige Bedeutung von klassischen Medien. Im selben Kapitel definiere ich auch den österreichischen Journalismus über medienethisch relevante Spezifika und beziehe mich detaillierter auf die aktuelle Medienpolitik in Österreich. Im letzten Kapitel des Theorieteils widme ich mich den Presse- und Medienräten. Dabei behandle ich sowohl die Selbstregulierung als auch die Co-Regulierung und Governance. Es folgen Beschreibungen von Strukturen und Funktionsweise des Österreichischen Presserats.

Im Kapitel Empirie gehe ich zuerst auf die Relevanz der Auswahl meiner theoretischen Beschäftigung für die Empirie ein. Dann gebe ich einen Überblick über den Forschungsstand und stelle außerdem die Forschungsfragen dieser Arbeit vor. Im nächsten Kapitel gehe ich auf die Methodenwahl ein und beschreibe ihre Art und Durchführung. Daran anschließend stelle ich die Ergebnisse aus der Empirie vor, entwickle Hypothesen und interpretiere die Ergebnisse.

Allgemein beschäftige ich mich in dieser Arbeit mit ethischen Diskursen im Journalismus in Österreich. Ich habe unter anderem versucht herauszufinden, welche Aspekte zur Entstehung ethischer Diskurse beitragen können und welche hinderlich auf ihre Entstehung wirken. Berücksichtigt habe ich neben anderen Aspekten sowohl die Art der Anstellungsverhältnisse der Journalist*innen und deren Nähe zur Redaktion als auch die Einteilung in Qualitäts- und Boulevardmedien. Meine Herangehensweise zeichnet sich besonders durch die Fokussierung auf ethische Diskurse aus und, wie der Titel bereits vermuten lässt, auf ihre Akteur*innen und ihr veränderndes Potenzial. Beachtung finden vorrangig von den Journalist*innen erlebte Situationen, die von Meinungsverschiedenheiten und Konflikten geprägt sind. Ich habe dabei

versucht alle Konfliktfelder zu berücksichtigen, seien es innere Konflikte der Journalist*innen mit ihren eigenen Ansprüchen an den Journalismus, mögliche Konflikte zwischen den ethischen Normen der Journalist*innen und jenen der Redaktion oder eben ethische Konflikte zwischen Redaktion und Wirtschaft, Redaktion und Politik sowie Redaktion und Leser*innen. Diese ethischen Konflikte werden jeweils aus der Perspektive der Journalist*innen beleuchtet. Ich habe mir darüber hinaus angesehen, welche Handlungsmöglichkeiten Journalist*innen sowohl in als auch nach einem ethischen Diskurs besitzen und wie sich diese Handlungsweisen positiv oder negativ auf das Diskursziel der Journalist*innen beziehungsweise auf die Lösung ihres inneren ethischen Konflikts auswirken können.

Ziel der Arbeit ist es die Relevanz der journalistischen Ethik in Österreichs Journalismus zu beleuchten. Meine übergeordnete forschungsleitende Frage ist demnach, welche Bedeutung kommt Ethik heute noch in Österreichs Journalismus zu?

2. Ethik

Der Begriff Ethik stammt aus dem Griechischen. Aristoteles benennt bereits in seiner Nikomachischen Ethik zwei verschiedene Arten von Gutheit: „*die Gutheit des Denkens (dianoēthikē) und die charakterliche (ēthikē) Gutheit.*“ (Aristoteles, 2013, S. 73). Dabei führt er das Entstehen und Anwachsen der Gutheit des Denkens auf die Belehrung zurück, während die charakterliche Gutheit aus Gewöhnung hervorgehen soll. Ihr Name weicht deshalb nur wenig von dem Wort ethos (Gewohnheit) ab. Er führt weiter aus, dass die charakterliche Gutheit nicht von Natur aus im Menschen angelegt ist, sondern diese durch die Gewöhnung ausgebildet wird. (Vgl. ebda) „*Es kommt also nicht wenig darauf an, ob man schon von Kindheit an so oder so gewöhnt wird; es hängt viel davon ab, ja sogar alles.*“ (ebda, S. 75) Die Beschäftigung mit Ethik reicht also weit in die Vergangenheit zurück: Aristoteles ernannte die Ethik bereits im 4. Jahrhundert vor Christus zur philosophischen Disziplin.

Eine neuere Definition von Ethik findet sich zum Beispiel in *Journalismus: Beruf ohne Moral?* Karmasin (2005) differenziert dort zwischen Moral und Ethik und definiert Ethik als die philosophische Untersuchung der Moral. (Vgl. Karmasin, 2005: S. 11)

„Ethik ist damit praktische Philosophie. Ihr Objekt sind Handlungen und Handlungsdispositionen. Im Mittelpunkt ethischer Reflexion stehen soziale Normen und individuelle Handlungsmaximen, die das Handeln von Menschen bestimmen und ihre (mögliche) Übereinstimmung mit allgemeinen (universellen) Prinzipien.“
(Karmasin, 2005: S. 11)

Er führt weiter aus, dass Ethik auf individueller Ebene über die Rekonstruktion der Normen hinausgeht und allgemeinste Handlungstheorie ist, welche wiederum allgemeine Handlungsprinzipien entwirft, deren Verbindlichkeit begründet und die Möglichkeit ihrer Realisierung als sittliche Werte untersucht. (Vgl. ebda)

Besonders erwähnenswert für den Gegenstand dieser Arbeit ist folgende Aussage aus der Nikomachischen Ethik *„Bei den Leuten aus der Menge scheint die Täuschung durch die Lust zustande zu kommen. Denn sie erscheint als ein Gut, ist es aber nicht.“* (Aristoteles, 2013: S. 107) Die Lust kann uns demnach in schlechte Handlungen hineintäuschen. Bezugnehmend auf den Journalismus ist diese Aussage besonders für den Sensationsjournalismus interessant, denn dieser bedient sich der Sensationslust des Menschen und kann auch Journalist*innen zu unethischen Handlungsweisen verleiten.

2.1 Die Sensationslust und ihr eventueller Einfluss auf die Medienwahl

Das Lexikon der Psychologie definiert Sensationslust als *„besondere Aufmerksamkeitsstruktur für eindrucksvolle Ereignisse: Bei der Auslösung der Sensationslust stehen ein hoher Energiefluß pro Zeit, Aggressionen und schwere Regelverstöße gegen den Konformitätsdruck im Vordergrund.“* (Spektrum)

Mit der Sensationslust beschäftigt sich neben anderen Disziplinen die Psychologie. In einem Interview aus welt.de beantwortet der Psychologe Thiel die Frage nach einer Erklärung für den Katastrophentourismus mit der Evolutionspsychologie. Dort gilt es als genetisch veranlagt, dass wir unsere Aufmerksamkeit eher auf Negatives als auf Positives richten. (Vgl. Thiel, 2013)

„Bei einem Unfall zum Beispiel versuchen wir, durch das Gaffen an Informationen zu kommen und zu erfahren, was da gerade los ist, um uns gegebenenfalls selbst in Sicherheit bringen zu können oder sogar etwas daraus zu lernen. Wir entwickeln also Strategien, damit uns das Gleiche erspart bleibt.“ (ebda)

Interessant ist, dass die Sensationslust mit dem Lebensalter korreliert und mit ansteigendem Alter abnimmt. In Gniech & Gniech habe ich folgende Aussage zum Merkmal Sensationslust gefunden.

„Das Merkmal beginnt sich mit ca. 9 Jahren zu entfalten, steigt bis 14 Jahre gemächlich, dann steil an und erreicht den Höhepunkt mit Anfang 20; es sinkt dann langsam stetig mit dem Alter, das durch steigende Lebenserfahrung und abnehmende Risikobereitschaft mit konservativer Einstellung gekennzeichnet wird, wobei auch ab der Mitte des Lebens (ca. 40. Lebensjahr) mit ganz langsam einsetzendem

biologischem Abbau zu rechnen ist, was geringer werdende Kraft und Schnelligkeit impliziert.“ (Gniech & Gniech: 2006, S. 124)

Daraus schließe ich, dass konservative Einstellung sowie das Abnehmen von Risikobereitschaft einen positiven Effekt auf diesbezüglich ethisches Verhalten zeigen. Wenn mit dem Alter die Sensationslust abnimmt, wäre zu erwarten, dass ebenso die Hinwendung zu Sensationsjournalismus abnimmt und sich die Minderung der Sensationslust demnach auf den Medienkonsum auswirkt. Boulevardmedien bedienen sich eher der Sensationslust, daher müssten sich mehr junge Zeitungsläser*innen für den Boulevardjournalismus entscheiden, jedoch verhält es sich laut den Daten laut der in Österreich größten angelegten Studie zur Erhebung von Printmedienreichweite des Vereins Media-Analyse umgekehrt.

Media-Analyse 2020	LpA Tageszeitungen																			
	Fälle	NRW Tageszeitungen	Der Standard	Die Presse	Heute (GRATIS)	Kronen Zeitung	Kurier	oe24 (GRATIS)	Österreich	Österreichoe24-Kombi (KAUF/GRATIS)	Kleine Zeitung gesamt	Kleine Zeitung (Graz)	Kleine Zeitung (Klgtf.)	ÖÖN+ÖÖ Nachrichten	SN-Salzburger Nachrichten	TT-Tiroler Tageszeitung	Kombi TT/TT Kompakt (KAUF/GRATIS)	Neue Vbg. Tageszeitung	VN+Vbg. Nachrichten	TOP Vorarlberg
Total	14.449	58,3	7,0	4,3	9,5	25,0	6,7	4,1	4,5	7,5	10,2	7,1	3,1	5,2	3,0	3,9	4,1	0,4	2,0	2,1
Geschlecht																				
Männer	7.062	58,3	7,5	4,6	10,0	25,4	6,8	4,1	5,1	7,9	10,4	7,3	3,1	5,1	3,3	3,8	4,1	0,3	1,9	2,0
Frauen	7.387	58,2	6,5	3,9	9,0	24,6	6,7	4,2	3,8	7,1	10,1	6,9	3,2	5,2	2,8	3,9	4,1	0,4	2,1	2,2
Alter																				
14 - 19 Jahre	983	37,8	6,2	3,2	5,8	11,4	3,5	2,9	1,4	4,1	6,6	4,1	2,5	2,7	3,6	2,4	2,6	0,2	1,7	1,8
20 - 29 Jahre	2.108	38,6	9,1	5,2	7,6	10,8	2,9	3,1	3,9	6,3	6,7	5,1	1,6	2,8	2,6	2,1	2,5	0,2	1,2	1,3
30 - 39 Jahre	2.290	43,2	7,8	3,7	8,4	14,4	4,0	3,4	3,8	6,4	6,9	4,7	2,2	3,2	1,9	2,9	3,2	0,2	0,8	0,9
40 - 49 Jahre	2.284	56,0	7,0	3,2	10,4	22,7	5,6	5,0	4,6	8,3	9,7	6,5	3,2	4,6	2,9	4,2	4,4	0,5	1,9	2,1
50 - 59 Jahre	2.644	66,5	6,7	4,5	10,3	31,8	7,7	4,3	5,3	8,4	11,7	8,1	3,6	6,4	3,2	4,3	4,5	0,4	2,1	2,2
60 - 69 Jahre	1.899	76,1	7,4	5,2	11,0	35,8	10,1	4,3	6,0	8,8	14,9	10,6	4,3	7,4	4,0	5,7	5,8	0,6	2,3	2,4
70 oder älter	2.240	78,6	4,5	4,6	10,7	40,4	11,9	5,2	4,7	8,2	13,5	9,3	4,2	7,6	3,5	4,9	5,0	0,4	3,7	3,8
Schulbildung																				
Pflichtschule	2.128	53,5	3,0	2,4	10,7	28,4	3,6	4,5	4,6	8,4	8,1	5,5	2,5	3,3	2,6	3,1	3,2	0,5	2,3	2,4
Berufs-/Fachschule	7.732	62,8	4,6	2,4	11,1	31,4	6,6	4,7	5,3	8,6	10,9	7,5	3,5	5,7	2,5	4,4	4,6	0,4	2,3	2,4
Matura	2.367	52,9	10,2	7,1	6,8	15,7	8,5	3,1	3,1	5,6	10,4	7,5	2,9	5,1	3,6	3,4	3,6	0,2	1,3	1,5
Hochschule/Universität/Fachhochschule	2.222	52,8	15,6	9,7	5,6	9,5	8,6	2,8	2,8	4,9	9,7	6,9	2,8	5,2	4,9	3,5	3,8	0,3	1,2	1,4

Abbildung 1 Media-Analyse 2020

Wenn wir die Ergebnisse der *Kronen Zeitung*, welche als reichweitenstärkste Tageszeitung Österreichs in den Boulevardjournalismus eingeordnet wird, näher betrachten, ist zu sehen, dass mit ansteigendem Alter vermehrt die *Kronen Zeitung* rezipiert wird. Ähnliches ist an den Zahlen der Tageszeitung *Österreich* und der Gratisausgabe *OE24* desselben Medienhauses abzulesen. Die Tendenz, dass mit ansteigendem Alter eher Boulevardmedien konsumiert werden, ist zwar ersichtlich, jedoch ist zu beachten, dass Printmedien prinzipiell eher von älteren Menschen konsumiert werden. Dahingehend ist noch folgende Unterteilung der Media-Analyse 2020 interessant. In den Kategorien kulturorientierte Bildungselite, ordnungsliebende Pflichtbewusste und umweltbesorgte Wertepuristen finden sich ausschließlich über 50-Jährige wieder.

Media-Analyse 2020	Alter								MA-Lebenswelten 3.0														
	Fälle	14 - 19 Jahre	20 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 - 69 Jahre	70 oder älter	Distanziert-digitale Jugend (J)	Technikorientierte Optimisten (J)	Gesellige Lebensgenießer (J)	Kreative Nestbauer (J)	Ambitionierte Familiennischen (M)	Zurückhaltender Mainstream (M)	Häuslich-kreative Heimwerker (M)	Lebenslustige Traditionalisten (M)	Politikinteressierte Rationalisten (M)	Mobil-engagierte Bildungsselle (B)	Technokratische Bildungsselle (B)	Kulturorientierte Bildungsselle (B)	Ordnungslebende Pflichtbewusste (S)	Umweltbesorgte Wertepuristen (S)	Zurückgezogene Senioren (S)
Total	14.449	6,8	14,6	15,9	15,8	18,3	13,1	15,5	1,5	3,7	3,7	5,6	6,4	10,2	8,9	1,3	7,7	11,6	13,6	5,7	11,8	4,4	3,8
Alter																							
14 - 19 Jahre	983	100,0	-	-	-	-	-	-	11,4	23,0	15,3	18,4	11,6	-	-	-	-	20,3	-	-	-	-	-
20 - 29 Jahre	2.108	-	100,0	-	-	-	-	-	5,2	14,4	13,4	15,4	15,4	6,0	-	-	-	20,2	9,9	-	-	-	-
30 - 39 Jahre	2.290	-	-	100,0	-	-	-	-	-	-	4,5	13,2	12,1	21,0	5,0	-	-	15,8	28,4	-	-	-	-
40 - 49 Jahre	2.284	-	-	-	100,0	-	-	-	-	-	-	-	9,1	20,0	19,5	1,5	4,1	15,8	30,0	-	-	-	-
50 - 59 Jahre	2.644	-	-	-	-	100,0	-	-	-	-	-	-	-	15,4	16,0	5,9	15,4	12,3	15,9	3,5	12,0	3,5	-
60 - 69 Jahre	1.899	-	-	-	-	-	100,0	-	-	-	-	-	-	-	16,0	-	14,3	-	-	14,3	41,4	12,9	1,1
70 oder älter	2.240	-	-	-	-	-	-	100,0	-	-	-	-	-	-	-	-	15,2	-	-	20,6	27,1	13,4	23,7

Abbildung 2 Media-Analyse 2020

Aufgrund dieser Daten nehme ich an, dass sich die Sensationslust jedenfalls nicht hinreichend auf die Medienwahl auswirkt und sich andere Faktoren wie zum Beispiel der Bildungsstand gewichtiger in den Zahlen niederschlagen. Es könnte aber auch sein, dass die Rezeption von Sensationsjournalismus zu weniger Sensationslust oder Sensationslust zu keiner Medienrezeption führt. Wenn ich weder die von Gniech & Gniech angeführte Theorie zur Sensationslust noch die Daten der Mediaanalyse anzweifle, führt das Alter zwar zu weniger Sensationslust, aber eben nicht zur Ablehnung von Sensationsjournalismus.

2.2 Was der Gebrauch eines Wortes sagen kann – Sensation, Sensationslust und Sensationsjournalismus

Um ein vollständigeres Bild der Aussage von Aristoteles über die Lust zu geben, möchte ich noch ergänzen, dass später in seiner *Nikomachischen Ethik* erläutert ist, dass nicht jede Lust negativ belegt ist. „*Es ist nämlich nicht jeder, der etwas aus Lust tut, unmäßig oder schlecht oder unbeherrscht, sondern derjenige, der es aufgrund einer niedrigen (aischros) Lust tut.*“ (Aristoteles, 2013: S. 239) Er differenziert demnach zwischen niedriger und hoher Lust. An späterer Stelle im Buch geht er näher darauf ein. „*Nun ist man sich im allgemein darin einig, dass die Unlust ein Übel und zu meiden ist.*“ (ebda: S. 246) Über die Lust hingegen sagt er, dass sie das Beste sein könne.

„*Dass alle, sowohl Tiere wie Menschen, die Lust sucht, ist ein Anzeichen dafür, dass sie in gewisser Weise das Beste ist [...] Da aber nicht für alle dieselbe Natur oder Disposition die beste ist oder als die beste gilt, suchen auch nicht alle dieselbe Lust, doch Lust suchen alle.*“ (ebda. S. 247)

Zum Thema Lust möchte ich zur Sensationslust anmerken, dass im Duden der Gebrauch des Wortes als abwertend definiert ist. (Duden, 2021) Mit der Sprachphilosophie darauf

antwortend, ist anzunehmen, dass die Semantik eines Wortes aus ihrem Gebrauch hervorgeht. Durch Wittgenstein rückte die Bedeutung des Sprachgebrauchs in den Fokus der Philosophie. „*Die Bedeutung eines Wortes ist sein Gebrauch in der Sprache.*“ (Wittgenstein, PU. §43) In der Kommunikationswissenschaft thematisiert Burkart stärker den Kommunikationsaspekt von Sprache und stützt sich dabei unter anderem auf den „Symbolischen Interaktionismus“ von G.H. Mead. Burkart geht wie bereits Aristoteles davon aus, dass die Bedeutung eines Zeichens nicht als etwas Feststehendes betrachtet werden kann. (Vgl. Burkart, 2002: S. 54)

„Die Bedeutung eines Symbols ist immer vom jeweiligen raum-zeitlichen Kontext (mit-)bestimmt. [...] Die Bedeutung der Dinge – und damit auch die Bedeutung der entsprechenden Symbole – geht vielmehr erst aus der Art und Weise des Umgangs mit ihnen hervor.“ (Burkart, 2002: S. 54)

Die individuelle Ebene der Sprachbenützer steht hier im Fokus. Er beleuchtet darüber hinaus, dass Bedeutungsunterscheidungen bereits auf individueller Ebene vorhanden sein können und von der Erlebnisdimension des Individuums abhängen.

„Erlebnisdimension meint also nichts anderes als die Qualität der persönlichen Erfahrung, die im Umgang mit einem ‚Gegenstand‘ der Realität gewonnen wurde und die sich schließlich zu einer subjektiven Bedeutung ebendieses ‚Gegenstandes‘ verfestigt.“ (ebda: S. 59)

Dass der Duden sowohl der Sensationslust als auch dem Sensationsjournalismus einen abwertenden Gebrauch zuschreibt, ist auf die Menschen einer Sprachgemeinschaft zurückzuführen. Ich möchte hier noch schließend die Sapir-Whorf-Hypothese anführen, die zwar besonders wegen der Universalgrammatik von Noam Chomsky in Kritik steht, aber dennoch das Argument, dass der Gebrauch eines Wortes seine Bedeutung innerhalb einer Sprachgemeinschaft bestimmt, untermauert. Edward Sapir suchte nach lexikalischen und syntaktischen Gemeinsamkeiten von Sprachen (vgl. Koerner 1992: S. 175). Whorf formulierte daraufhin ein linguistisches Relativitätsprinzip, die Sapir-Whorf-Hypothese. Diese besagt, „*daß verschiedene Sprachgemeinschaften die außersprachliche Realität auf unterschiedliche Weise erfassen.*“ (Burkart, 2002: S. 97)

Diese sprachphilosophische Beschäftigung ist mir wichtig, da die Disziplin Ethik und im Besonderen angewandte Ethik von einem räumlichen und zeitlichen Kontext abhängen und dieser Kontext daher stets mitgedacht werden sollte. Das heißt, moralische Normen sind sowohl von Individuen und deren Erlebnisdimensionen als auch im Größeren von Gemeinschaften abhängig.

Die Sensation selbst beinhaltet hingegen in ihrer Definition per se nichts Negatives. Sie ist ein „*aufsehererregendes, unerwartetes Ereignis*“ oder eine „*aufsehererregende,*

außergewöhnliche Leistung“ oder „Darbietung“ (Duden, 2021). Es liegt somit eigentlich im Sachverhalt der Sensation, ob Sensationslust als ethisch unbedenklich oder verwerflich bewertet wird. Es geht demnach nicht um die Lust an sich, sondern um die Verankerung derselben in einem gesellschaftlich negativ bewerteten Sachverhalt. Sie agiert als Gegenkraft, die eben bei der Bewertung eines Sachverhalts täuschend wirken und somit infolgedessen zu unethischen Handlungen führen kann. Aristoteles beschäftigt sich zwar wesentlich ausführlicher in seinem Werk mit der Lust, bleibt aber dabei, dass Lustempfindungen dem Denken hinderlich sind. (Vgl. Aristoteles, 2013: S. 243)

Wie bereits am Anfang dieses Kapitels erwähnt, unterschied Aristoteles zwischen Gutheit des Charakters und Gutheit des Denkens. In seinen Ausführungen zu den Vernunfttugenden fokussiert er auf die die Gutheit des Denkens und betont, dass Charakter und Denken gemeinsam Voraussetzung für gutes Handeln bilden. *„Denn gutes Handeln und das Gegenteil davon gibt es nicht ohne Denken und Charakter.“ (ebda: S. 196)*

Aristoteles führte also bereits aus, dass auch das Denken einen wesentlichen Teil zum guten Handeln beiträgt. In der Moralphilosophie wurde der Verantwortungsbegriff aber erst im 19. Jahrhundert ein eigenständiger, und 1919 formulierte Max Weber in seinem Vortrag *Politik als Beruf* die Maxime seiner Verantwortungsethik (vgl. Funiok, 2007: S. 63) und damit ebenfalls die Abgrenzung derselben zur Gesinnungsethik.

2.3 Eine Unterscheidung zwischen Gesinnungs- und Verantwortungsethik

„Wir müssen uns klar machen, daß alles ethisch orientierte Handeln unter zwei voneinander grundverschiedenen, unausragbar gegensätzlichen Maximen stehen kann: es kann „gesinnungsethisch“ oder „verantwortungsethisch“ orientiert sein.“ (Weber, 2010: S. 56)

Für Weber ist eine Unterscheidung der beiden Maximen unausweichlich. Dabei geht es vor allem um die Folgen von Handlungen. Zur Veranschaulichung der Gesinnungsethik nimmt er die Religion her. *„Wenn die Folgen einer aus reiner Gesinnung fließenden Handlung üble sind, so gilt ihm nicht der Handelnde, sondern die Welt dafür verantwortlich, die Dummheit der anderen Menschen oder – der Wille des Gottes, der sie so schuf.“ (ebda)* Der Gesinnungsethiker entzieht sich demnach der Verantwortung für seine Handlung, da er sich auf eine für ihn höhere Gesinnung stützt. Aus der Geschichte kennen wir andere Gesinnungen wie den Nationalsozialismus, in welchem Menschen seiner Gesinnung gefolgt sind und sich dann oft jeder Verantwortung entzogen haben. (Vgl. Gruen, 1999) In Webers Verantwortungsethik geht es darum, *„daß man für die (voraussehbaren) Folgen seines*

Handelns aufzukommen hat.“ (Weber, 2010: S. 56) Der Verantwortungsethiker fühlt sich verantwortlich, wohingegen sich der Gesinnungsethiker ausschließlich für die Aufrechterhaltung und Pflege der Gesinnung verantwortlich fühlt. Um es mit Weber zu sagen, fühlt sich der Gesinnungsethiker verantwortlich dafür, „*daß die Flamme der reinen Gesinnung, die Flamme z. B. des Protestes gegen die Ungerechtigkeit der sozialen Ordnung, nicht erlischt.*“ (ebda) Er resümiert, dass beides keine absoluten Gegensätze sind. „*Insofern sind Gesinnungsethik und Verantwortungsethik nicht absolute Gegensätze, sondern Ergänzungen, die zusammen erst den echten Menschen ausmachen, den, der den ‚Beruf zur Politik‘ haben kann.*“ (ebda: S. 64) Wichtig erscheint mir, ergänzend zu erwähnen, dass Weber diese Aussagen kurz nach dem ersten Weltkrieg traf. Dabei betrachtete er besonders den Politiker und seine Handlungen. Auf die Medien umgelegt ist ein guter Journalist jener, der zwar eine Gesinnung haben darf, aber auch seine Verantwortung gegenüber der Gesellschaft reflektiert.

3. Journalistische Ethik

„Der Journalismus ist Gedächtnis und Wortführer der Zeitgespräche, deren Stimmungen er artikuliert.“ (Rühl, 2015: S. 122)

Ich komme nun zur journalistischen Ethik, mit der ich mich im Wesentlichen in dieser Arbeit beschäftige.

3.1 Abgrenzung der journalistischen Ethik zur Medienethik

Die journalistische Ethik ist ein Teilbereich der Medienethik und befasst sich mit Kriterien des moralischen Tuns und Unterlassens in medienspezifischen Öffentlichkeitsberufen. (Vgl. Wild, 1990¹ zitiert nach Schicha, 2010: S. 28) Die Medienethik beschäftigt sich sowohl mit der Produktion als auch mit der Distribution und Rezeption von Medien. In dieser Arbeit lege ich den Fokus auf die Medienethik der Produktion, also auf die journalistische Ethik.

Allgemein lassen sich ethische Anforderungen an Medienkommunikation aus allgemeinen Kommunikationsethiken ableiten, die auf humankommunikativer Verständigung basieren (Vgl. Brosda & Schicha, 2010: S. 12).

„Zu deren weit reichenden Annahmen gehören Widerspruchsfreiheit und Konsistenz, Wahrhaftigkeit und Argumentativität sowie Fairness im Sinne gleichberechtigter

¹ Wild, Claudia: Ethik im Journalismus. Individualethische Überlegungen zu einer journalistischen Berufsethik. Wien: 1990

Anerkennung aller Teilnehmer, Transparenz, Offenheit und Freiheit von äußeren Zwängen.“ (ebda)

Wie im Zitat angesprochen, berücksichtigt idealtypische Kommunikation im Journalismus die genannten Bedingungen. Sie sollte im Grunde frei von äußeren Zwängen sein, jedoch handelt es sich bei Medienunternehmen eben auch um wirtschaftliche Systeme. Diese verfolgen gewisse Ziele – ‚systemische Imperative‘ und unterliegen teils Strukturen, die mit der journalistischen Ethik in einem Spannungsverhältnis stehen können.

„Systemische Imperative wie Rentabilität, Markt- und Zielgruppenorientierung, Konkurrenz-, Zeit- und Erfolgsdruck, aber auch strukturelle Zwänge der Organisation, wie Organisationsroutinen, Redaktionsmanagement, Arbeitsverteilung und ‚redaktionelle Linie‘ können einem an medienethischen Werten und Normen ausgerichteten Handeln entgegenstehen.“ (Debatin, 1997: S. 284² zitiert nach Schicha, 2010: S. 29)

Zusammengefasst und vereinfacht sind es laut Debatin, ökonomische und strukturelle Zwänge, die ethischen Handlungen im Journalismus entgegenstehen.

3.2 Medienethische Anwendungsbereiche

Als nächstes teile ich nach Brosda und Schicha die medienethischen Anwendungsbereiche in die unterschiedlichen ethischen Denkrichtungen ein. Berücksichtigt wurden dabei ausschließlich jene Bereiche, die für diese Masterarbeit von Bedeutung sind.

3.2.1 Tugendethik – Der Weg zum Glück

In Aristoteles und Platons Werken finden sich sogenannte **Tugendethiken**. In diesen stehen Tugenden beziehungsweise richtige Neigungen im Zentrum. Das dahinterstehende Ziel ist Glück. Es handelt sich dabei um einen normativ-ontologischen Ansatz, der sich in der Medienethik in Form von Tugendkatalogen wiederfindet. Bonventers Appell an Journalist*innen zur Mäßigung ist zum Beispiel dort einzuordnen. (Vgl. Brosda & Schicha, 2010: S. 13)

3.2.2 Deontologische Ethik – gutes Handeln aus freiem Willen

² Debatin, Bernhard: Ethische Grenzen oder Grenzen der Ethik: Überlegungen zur Steuerungs- und Reflexionsfunktion der Medienethik. In: Bentele, Günter/Haller, Michael (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen. München: 1997, S. 281 - 290

Berufliche Kodizes wie der Pressekodex, PR oder Werbung folgen einer deontologischen Sprache. Kant vertritt unter anderen eine solche **deontologische Ethik**. Sie fokussiert auf gutes Handeln und fordert ethische Selbstbindung des Handelnden aus freiem Willen. Es geht hier um „subjektive Prinzipien des Wollens“, die zwar universell gelten sollen, aber auf das Individuum zurückgehen. (Vgl. ebda)

3.2.3 Vertragsmodelle – guter schlechter Platz

Kodizes können darüber hinaus auch als Vertragsmodelle verstanden werden.

Vertragsmodelle arbeiten mit einem individuellen ‚Schleier des Nicht-Wissens‘ über den eigenen späteren gesellschaftlichen Status und entwerfen idealerweise durch dieses Gedankenspiel einen akzeptablen schlechtesten Platz in einer Gesellschaft. Der dahinterstehende Grundgedanke ist, dass es ein gemeinsames gesellschaftliches Interesse für ethisches Handeln gibt. Vertragstheoretische Überlegungen finden beispielsweise bei den Grundlagen der Medienordnung Anwendung und wie bereits oben erwähnt bei Kodizes. (Vgl. ebda: S. 14)

3.2.4 Systemtheorie – eine Wechselbeziehung

Systemtheoretische Überlegungen sind in der Medienethik wegen der notwendigen Weiterentwicklung der Individualethik entstanden, und ergänzen diese um eine Professions- und Institutionenethik (vgl. ebda: S. 15). Im Mittelpunkt der Systemtheorie steht die Komplexität von verschiedenen Systemen und deren Eigenschaft der Selbsterhaltung. Für eine Definition entlehnten die Sozialwissenschaften das Bild vom Organismus als eine Ganzheit, dessen Teile (Zellen) in einer Wechselbeziehung zueinander stehen und gegenseitig ihre Funktionalität beeinflussen. (Vgl. Burkart, 2002: S. 458) Luhmann erweitert die bereits veröffentlichten Systemtheorien vor allem um den Gedanken der möglichen Veränderlichkeit von sozialen Systemen als Reaktion auf ihre Umwelt (ebda: S. 462). Rühl und Saxer präferieren eine Organisations- und Institutionenethik vor einer Individualethik, denn durch sie wären ethische Strukturen bereits in organisatorische Strukturen eingebunden und somit könnten sie journalistische Handlungen entlasten und einzelnen Journalist*innen überhaupt erst die Möglichkeit eröffnen, nach moralischen Kriterien zu handeln (vgl. Rühl/Saxer, 1981: S 489³ zitiert nach Scholl, 2010: S. 76). Die Systemtheorie ist ein empirisch-analytischer

³ Rühl, Manfred/Saxer Ulrich: 25 Jahre Deutscher Presserat. Ein Anlaß für Überlegungen zu einer kommunikationswissenschaftlichen fundierten Ethik des Journalismus unter Massenkommunikation. In: Publizistik, 26. Jg., Heft 4, 1981: S. 471 – 507

Ansatz, bei welchem die Verantwortung bei Gesetzgeber*innen, Medieneigner*innen und Medienmitarbeiter*innen ruht (vgl. Schicha, 2010: 35).

3.2.5 Diskursethik – streben nach Idealen

Zuletzt führe ich noch die **Diskursethik** an, diese ist deontologisch, kognitivistisch, formalistisch und universalistisch und knüpft an Kant an. Sie legt den Fokus nicht auf das Subjekt, sondern auf intersubjektive Diskurse. Sie beschreibt Prozeduren und fokussiert spezifische Diskursregeln. (Vgl. Brosda & Schicha, 2010: S.14)

„Auf Grundlage von Diskurstheorie und Diskursethik lässt sich eine Ethik des Journalismus und der Medien formulieren, die weder individualistisch noch institutionalistisch verkürzt ist, sondern versucht, beide Perspektiven fruchtbar zu verbinden und so eine einseitige und überzogene Zuweisung von Verantwortung an einzelne Akteure vermeidet.“ (Loretan, 1994: S. 56f.⁴ zitiert nach Brosda, 2010: S. 90)

Die Diskursethik weist weder den Journalist*innen noch systemischen Gegebenheiten alleinige Verantwortung für unethische Handlungen zu.

„Sie beschreibt, wie kommunikativ kompetente Sprecher mit dem Ziel eines argumentativen Konsenses über Normen in einen praktischen Diskurs treten können. Nur die Normen, denen alle Betroffenen als Teilnehmer in einem solchen Diskurs zustimmen, können Geltung beanspruchen.“ (Brosda & Schicha, 2010: S. 14)

Sie entwirft folglich anhand von Regeln einen idealtypischen Diskurs, welchem das Ziel der Verständigung immanent ist. Habermas' Theorie des kommunikativen Handels zielt ebenfalls auf Verständigung ab und kann in die Diskurstheorie eingeordnet werden. Er geht von einer idealen Kommunikation aus, die auf Verständigung abzielt, wobei folgende vier Geltungsansprüche unter den Sprechenden anerkannt werden müssen, um Verständigung zu ermöglichen.

1. **Anspruch der Verständlichkeit:** Gemeint ist eine grammatikalische Korrektheit in der Sprachverwendung der Kommunizierenden.
2. **Anspruch der Wahrheit:** Es geht hierbei um die Übereinkunft, dass die Inhalte des Gesprächs von den Gesprächsbeteiligten als wahr anerkannt sind (vgl. Habermas, 1976b: S. 207⁵ zitiert nach Burkart, 2002: S. 437f.).

⁴ Loretan, Matthias: Grundrisse der Medienethik. Eine „Ethik des Öffentlichen“ als Theorie kommunikativen Handelns. IN: Zoom K&M, Nr. 4, Oktober 1994: S. 56 - 62

⁵ Habermas, Jürgen: Was heißt Universalpragmatik? In: Apel (Hrsg.) 1976, S. 174 – 272

3. **Anspruch der Wahrhaftigkeit:** Hier geht es um die Wahrhaftigkeit der Sprechenden und somit um deren Glaubwürdigkeit (vgl. Habermas, 1971a: S. 131⁶ zitiert nach Burkart, 2002: S. 438).
4. **Anspruch der Richtigkeit:** Dieser bezieht sich auf Normen und Werte, die von den Gesprächsführenden als gesellschaftlich und interindividuell „richtig“ anerkannt sind. (Vgl. Burkart, 2002: S. 438)

Habermas zielt auf die Maximalbedeutung von Verständigung hin und ist sich bewusst, dass eine Erfüllung der vier Geltungsansprüche in kommunikativen Interaktionen nicht den Normalzustand abbilden. Er geht davon aus, dass es beim Anzweifeln eines Anspruches zu einem Diskurs kommt. Durch diesen wird versucht, ein im kommunikativen Handeln vorausgesetztes, nun aber problematisch gewordenes Einverständnis durch Begründung wiederherzustellen. (Vgl. Habermas, 1971a: S. 115⁷ zitiert nach Burkart, 2002: S. 440)

„Der Habermas'sche Diskurs-Begriff impliziert also, dass alle involvierten Teilnehmer die Gelegenheit haben, die Verständlichkeit der Aussagen, die Wahrheit der Behauptungen, die Wahrhaftigkeit der Äußerungen und die Richtigkeit der Interessen anzweifeln zu können. Und er impliziert weiter, dass plausible Antworten gegeben werden müssen, denn nur dann kann der Kommunikationsprozess wieder fortgesetzt werden.“ (Burkart, 2014: S. 144)

Plausible Antworten sind im Diskurs laut Habermas essentiell für Verständigung und ermöglichen, dass die Kommunikation fortgesetzt wird.

3.3 Verantwortung im Journalismus – Historie, Differenzierung & Demokratie

Da Ethik mit Verantwortung einhergeht, möchte ich mich nun kurz dieser widmen. In individualethischen Ansätzen liegt die Verantwortung alleine bei den Journalist*innen. Laut Hömberg & Klenk übernimmt „*der Journalist*“ die gesellschaftliche Aufgabe, sein Bestes zu tun, „*um Information, Orientierung und die Möglichkeit der Meinungsbildung im Vorfeld von Entscheidungen zu garantieren.*“ (Hömberg & Klenk, 2010: S. 41). Die Autoren führen weiter aus, dass „*sich die Verantwortung der Journalisten sowohl auf die Quellen und Objekte der Berichterstattung (Informantenschutz, Persönlichkeitsschutz) als auch auf das Publikum (Sorgfaltspflicht)*“ (ebda) bezieht. In anderen Worten besteht die Leistung von Journalismus darin,

⁶ Habermas, Jürgen: Vorbereitende Bemerkung zu einer Theorie der kommunikativen Kompetenz. In: Habermas/Luhmann, 1971: S. 142 - 290

⁷ ebda.

„relevante Themen zu selektieren und zu bearbeiten. Journalisten handeln dementsprechend publizistisch, ihre Verantwortung bezieht sich darauf, alle Stufen des journalistischen Produktionsprozesses von der Themenfindung bis zur Präsentation auf ihre ethischen Kriterien zu prüfen – und somit auch die Qualität der Berichterstattung zu sichern.“ (Altmeyen & Arnold, 2010: S. 335)

Die Autoren widmen sich in den Beiträgen ebenfalls der Verantwortung von Institutionen, was noch vor etwa hundert Jahren in der Wissenschaft äußerst unüblich gewesen wäre.

Damals legten Zeitungswissenschaftler den Fokus *„auf den Journalisten als Individuum und seine Persönlichkeit. Die journalistische Begabung galt als entscheidend für das publizistische Ergebnis.“* (Hörmberg & Klenk, 2010: S. 45). Die Zeitungswissenschaft entstand Anfang des 20. Jahrhunderts und war Vorgänger der Kommunikationswissenschaft. Spätestens mit der Etablierung von Journalistenschulen und berufsvorbereitenden Lehrgängen sind zwar bestimmte Charaktereigenschaften bei Journalist*innen nach wie vor gefragt, aber es wird die Meinung vertreten, dass journalistisches Handwerk erlernt werden kann und nicht auf reine Begabung zurückgeht. (Vgl. ebda)

Festhaltend wurde in der journalistischen Ethik zuerst ausschließlich Journalist*innen, dann vor allem den Mediensystemen die Verantwortung für ethisches Handeln zugesprochen. Im letzteren Fall wird die Verantwortung den Journalist*innen aber keineswegs aberkannt, sie werden viel mehr als Teil eines komplexen Systems gesehen, eben im Sinne eines „Organismus“. (Verweis zu 3.2.4)

„Die Ethik des Mediensystems bezieht sich dagegen in erster Linie auf ein Modell gestufter Verantwortung, dass [sic!] den Einzelnen zwar nicht von seiner Verantwortung entbindet, diese aber angesichts struktureller Zwänge relativiert und auch die Politik sowie wirtschaftlichen Medienakteure und hierarchisch höher stehende Kollegen mit in die Pflicht nimmt.“ (Brosda, 2010: S. 266)

Wichtig ist laut Altmeyen & Arnold eine **klare Differenzierung** zwischen der sozialen Verantwortung von Medienunternehmen und der des Journalismus. Die Autoren gehen davon aus, dass die Verantwortung der Unternehmen besonders monetär und nicht sozial motiviert ist. *„Da Medienorganisationen im Wirtschaftssystem verankert sind, können sie einer Sozialverantwortung im Sinne einer gesellschaftlichen Erwartung und Aufgabe leicht ausweichen.“* (Altmeyen & Arnold, 2010: S. 335)

Festhaltend verfolgen verschiedene Teilbereiche eines Mediensystems unterschiedliche Ziele, für welche diese wiederum Verantwortung tragen. In dieser Arbeit beleuchte ich die ethischen Diskurse der österreichischen Journalist*innen. Diskurs entsteht vor allem dort, wo Uneinigkeit über die gesellschaftliche, wirtschaftliche oder politische Aufgabe des Journalismus zwischen den Diskurspartner*innen herrscht. Wirtschaftliche Ziele des

Mediensystems konkurrieren oft mit ideellen Vorstellungen der Journalist*innen.

Journalismus erfüllt im Idealfall eine öffentliche Aufgabe, diese erhält besondere Wertigkeit in einer Demokratie.

„Die Funktion der Presse und des Rundfunks, also deren öffentliche Aufgabe, hängt eng mit der Demokratie zusammen. Zu den nach Art. 79 Abs. 3 GG unabänderlichen Grundprinzipien des Grundgesetzes gehört die Entscheidung für die Demokratie“
(Dörr, 2012: S. 4)

Dörr nimmt im angeführten Zitat Bezug auf folgenden Artikel aus dem deutschen Grundgesetz.

„Eine Änderung dieses Grundgesetzes, durch welche die Gliederung des Bundes in Länder, die grundsätzliche Mitwirkung der Länder bei der Gesetzgebung oder die in den Artikeln 1 und 20 niedergelegten Grundsätze berührt werden, ist unzulässig.“
(Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland)

Unter Artikel 20 findet man speziell den Grundsatz, auf welchen Dörr sich bezieht und der aller Wahrscheinlichkeit nach besonders wichtig ist: *„Die Bundesrepublik Deutschland ist ein demokratischer und sozialer Bundesstaat.“* (ebda) Im österreichischen Bundesverfassungsgesetz steht ebenfalls *„Österreich ist eine demokratische Republik. Ihr Recht geht vom Volk aus.“* (Bundes-Verfassungsgesetz, 2021)

Für diese Arbeit von großer Relevanz ist außerdem die Europäische Menschenrechtskonvention, weil in ihr die ethischen Grundrechte festgehalten sind. Für den Journalismus ist besonders das Recht auf freie Meinungsäußerung hervorzuheben.

„Jede Person hat das Recht auf freie Meinungsäußerung. Dieses Recht schließt die Meinungsfreiheit und die Freiheit ein, Informationen und Ideen ohne behördliche Eingriffe und ohne Rücksicht auf Staatsgrenzen zu empfangen und weiterzugeben.“
(EMRK)

4. Journalismus in Österreich

Im nächsten Abschnitt gehe ich näher auf Österreich, den Journalismus in Österreich und den österreichischen Medienmarkt ein.

4.1 Unterscheidung Boulevard- und Qualitätsmedien

Für diese Arbeit ist die Unterscheidung von Boulevard- und Qualitätsmedien insofern relevant, weil besonders Boulevardmedien medienethisch inkorrekte Berichterstattung nachgesagt wird. Stapf formuliert dies folgendermaßen. *„Gerade im Bereich der*

Boulevardmedien finden sich gehäuft Verstöße gegen die Berufsmoral. Im Extremfall wird moralisches Fehlverhalten zu Gunsten kommerzieller Profite und unter Rechtfertigung einer Nachfrage auf dem Markt gezielt kalkuliert.“ (Stapf, 2010: S. 164) Prinzipiell argumentieren Boulevardmedien oft damit, dass sie nur liefern, was Leser*innen nachfragen und entziehen sich damit ihrer ethischen Verantwortung. Ich gehe jedoch davon aus, dass Boulevardjournalismus und ethischer Journalismus einander nicht ausschließen. Koller ist der Ansicht, dass *„Qualitätsjournalismus [...] eine der Voraussetzungen für eine funktionierende Demokratie“* (Koller, 2017: S. 49) ist. Doch auch Boulevardjournalismus ist Teil einer Demokratie und erfüllt einen bestimmten Nutzen für die Leser*innen, dessen Erfüllung nicht Ziel des Qualitätsjournalismus ist. Allgemein stellen Altmeyden und Arnold folgende Forderung an den Journalismus.

„Journalismus muss schließlich, um tatsächlich zu orientieren und im Sinne demokratischer Gesellschaftsmodelle wirksam zu werden, so gestaltet sein, dass seine Angebote von möglichst vielen Menschen genutzt werden. Deshalb müssen journalistische Kommunikationen verständlich und leicht zugänglich präsentiert werden.“ (Altmeyden & Arnold, 2010: S. 338)

Verständlichkeit ist somit ein wichtiger Punkt für die demokratische Funktion des Journalismus.

4.2 Die Bedeutung des Journalismus in Österreich - heute

Österreich ist wie bereits weiter oben festgehalten eine Republik und hat eine demokratische Regierungsform. Der Journalismus erfüllt deshalb eine wichtige öffentliche Aufgabe und wird oft als vierte Staatsgewalt neben Exekutive, Legislative und Judikative bezeichnet. Er übernimmt *„eine unverzichtbare Informations-, Kritik- und Kontrollfunktion: Medien berichten kritisch über politische Akteure und Institutionen, stellen Öffentlichkeit her und schaffen einen ‚Markt der Meinungen‘“* (Fengler, 2016: S. 183)

Jedoch haben Medien laut Koller *„freilich nur im Idealfall – eine demokratische Aufgabe, sie sind der kommunikative Transmissionsriemen zwischen der Politik und den Bürgerinnen und Bürgern.“* (Koller, 2017: S. 86)

Seit dem Aufkommen des Internets haben sich neue Formen der Kommunikation hervor getan, und mit diesen ist eine Debatte zur Wichtigkeit und Aufgabe des klassischen Journalismus entfacht. Liessmann hält fest, dass soziale Netzwerke und die digitale Welt chaotisch funktionieren, wodurch auch Journalismus an Bedeutung gewinnen könnte.

„Längst sind Journalisten nicht mehr die Garanten für verlässliche und rasche Information. Die sozialen Netzwerke und die digitale Welt bieten ein chaotisches Universum an Nachrichten, Meldungen, Gerüchten und Meinungen an, die jedem Menschen mit Internetanschluss jederzeit und überall zur Verfügung stehen. Journalismus, so wird gerne gesagt, könnte gerade dadurch eine besondere Bedeutung erhalten: Ordnung in dieses Chaos bringen, verlässliche Nachrichten von Gerüchten trennen, Informationsquellen bewerten und wenn möglich Informationen aus erster Hand generieren.“ (Liessmann, 2015)

Auch Koller zählt zu jenen Stimmen, die dem Journalismus durch die genannten Entwicklungen höhere Bedeutung denn je beimessen und meint, dass wir dadurch ebenfalls Journalist*innen, die Sinn von Unsinn unterscheiden können, mehr denn je brauchen. (Vgl. Koller, 2017: S. 25) Auf die Frage nach einer Zukunft des Journalismus antwortete er in *Journalismus. Macht. Wirklichkeit*: „Der Journalismus hat nicht deshalb eine Zukunft, weil er so wichtig ist. Sondern weil die Demokratie so wichtig ist. Und weil die Demokratie den Journalismus als Treibsatz braucht.“ (ebda)

Journalismus hat demnach trotz (oder vielleicht sogar mehr denn je wegen) neuer Formen der Kommunikation durch das Internet eine wichtige Funktion für eine demokratische Gesellschaft und ist vor allem wegen dieser neuen Kommunikationsformen für die Orientierung der Menschen unerlässlich. Die Auflagenzahlen der Printmedien in Österreich bestätigen dies, denn im Vergleich zu anderen Ländern verzeichnen diese wenige Verluste von Leser*innen.

„Der österreichische Medienmarkt wird bestimmt von der überschaubaren Landesgröße, der Radio und Fernsehmarkt war bis vor wenigen Jahren in den Händen eines Monopolisten [...] und ist noch heute eine primär staatliche Angelegenheit. Der Printmedienmarkt ist im Vergleich zu kontinuierlichen Leser- und Auflagenverlusten in anderen Ländern stabil und hochkonzentriert [...].“ (Weder, 2010: 499)

In einem Vorwort meint Hanusch, dass Zeitungen in der westlichen Welt zunehmend Leser*innen verlieren, dieser Prozess jedoch in einem Land wie Österreich verhältnismäßig langsam voranschreitet (vgl. Hanusch, 2017: S. 10). Die Zahlen untermauern, dass dem Journalismus nach wie vor große Bedeutung zukommt. Dass die Auflagezahlen von Printzeitungen in Österreich stabil sind, spricht außerdem dafür, dass den Medien Einfluss und somit Macht zukommt. Je mehr Einfluss und Macht von Medien ausgeht, desto größer ist ihre soziale Verantwortung, und umso wichtiger ist ebenfalls die Beschäftigung mit journalistischer Ethik. Des Weiteren verringert sich mit schwindender Aufmerksamkeit auch der demokratische Nutzen der Medien.

4.3 Medienethisch relevante Spezifika des österreichischen Medienmarkts

Doch nicht nur die Landesgröße und die Auflagenzahlen geben dem österreichischen Medienmarkt eine besondere Stellung, sondern er weist auch darüberhinausgehend viele medienethisch relevante Spezifika auf. „Dazu gehören insbesondere die Nachbarschaft zu Deutschland und der Schweiz und damit einem großen ausdifferenzierten und gleichsprachigen Medienmarkt sowie die Dominanz des ORF auf dem Rundfunk- und der Kronen Zeitung auf dem Zeitungsmarkt.“ (Weder, 2010: S. 499)

Der ORF ist mit Abstand umsatzstärkstes Medium in Österreich. Nachstehend findet sich eine Grafik aus oe1.orf.at zu den Umsätzen österreichischer Medienunternehmen im Jahr 2016. Die verwendeten Daten hat Harald Fidler für den Etat des Standards zusammengetragen.

Österreichs größte Medienunternehmen

Konsolidierter Umsatz. Quelle: Harald Fidler/Der Standard/diemedien.at, bezieht sich auf Firmenbuch, Eigenangaben, und wenn nötig auf Schätzungen

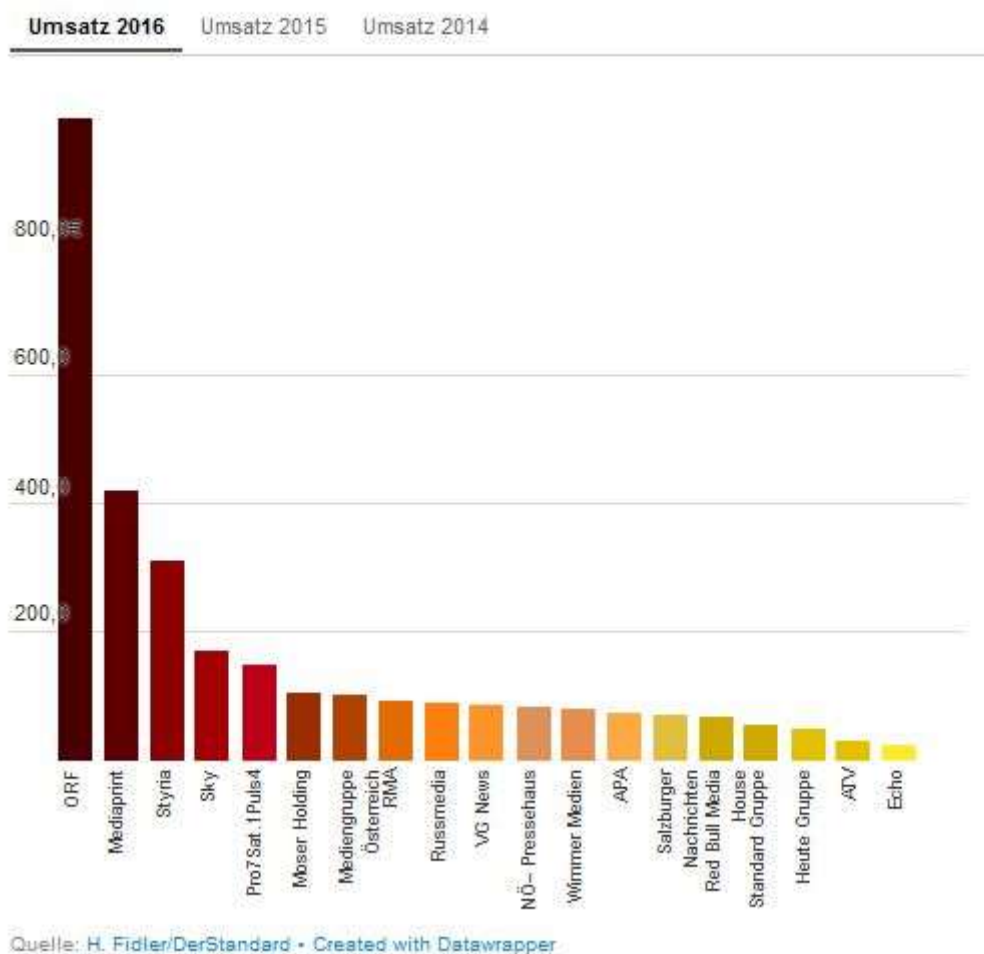


Abbildung 3 ORF, 2019: <https://oe1.orf.at/artikel/633592>, zuletzt Zugriffen: 19.06.21

Des Weiteren führt Weder an, dass die Verteilung der Printmedien auf wenige Eigentümer medienethisch zu hinterfragen sei. Problematisch sieht sie ebenfalls die Verflechtung mit deutschen Medieneigentümern sowie die Medienkonzentration. (Vgl. ebda: S. 500) „Bei den ersten ‚Vernetzungen‘ spielen vor allem die WAZ-Gruppe (Mediaprint), Gruner + Jahr (Verlagsgruppe News) und die Süddeutsche Zeitung (Standard) eine besondere Rolle.“ (ebda) Seit 2010 hat sich diesbezüglich jedoch einiges geändert, worauf ich im nächsten Abschnitt eingehe.

4.3.1 Deutsche Medieneigentümer in Österreich 2021 als medienethisches Spezifikum

Die Bronner Online AG hat bereits 2008 die Anteile der *Süddeutschen Zeitung* an *Der Standard* aufgekauft. Damit befindet sich *Der Standard* mittlerweile zu 100 Prozent in österreichischer Hand.

Außerdem ist Horst Pirker zwischenzeitlich anstelle von Gruner + Jahr als Teileigentümer der Verlagsgruppe News getreten. Dazu hieß es 2016 in einer Pressemitteilung von Gruner + Jahr „Horst Pirker, einer der angesehensten Medienmanager Österreichs, wird zum Mehrheitsgesellschafter der Verlagsgruppe News (VGN). Pirker, seit zwei Jahren Geschäftsführer der VGN, übernimmt die Anteile des Hamburger Verlags Gruner + Jahr.“ (Gruner + Jahr, 2016) Bei der Verlagsgruppe News finden sich indessen mehr Anteile in österreichischer Eigentümerbeteiligung und Wolfgang Fellner und Horst Pirker halten gemeinsam 74,7 Prozent. Die restlichen 25,3 Prozent hält der *Kurier*. (Vgl. Tiroler Tageszeitung, 2016) Der *Kurier* gehört wiederum zur WAZ Gruppe und lässt somit geringe Einflüsse aus Deutschland durch die Funke Mediengruppe nicht komplett ausschließen.

Die WAZ-Gruppe ist nach wie vor Eigentümer der *Kronen Zeitung* und des *Kurier*. Sie gehört heute aber zur „Hälfte dem deutschen Zeitungs-Konzern „Funke Medien“. Die andere Hälfte gehört der SIGNA Gruppe und damit dem österreichischen Milliardär Rene Benko.“ (Kontrast, 2018) Im Jahr 2018 erwarb die SIGNA Holding ihre Medienbeteiligung an den genannten österreichischen Zeitungen.

Nachstehend findet sich zur Veranschaulichung eine aktuelle Gesamtübersicht aus kontrast.at über die Eigentümer der Printmedien in Österreich.

Printmedien in Österreich

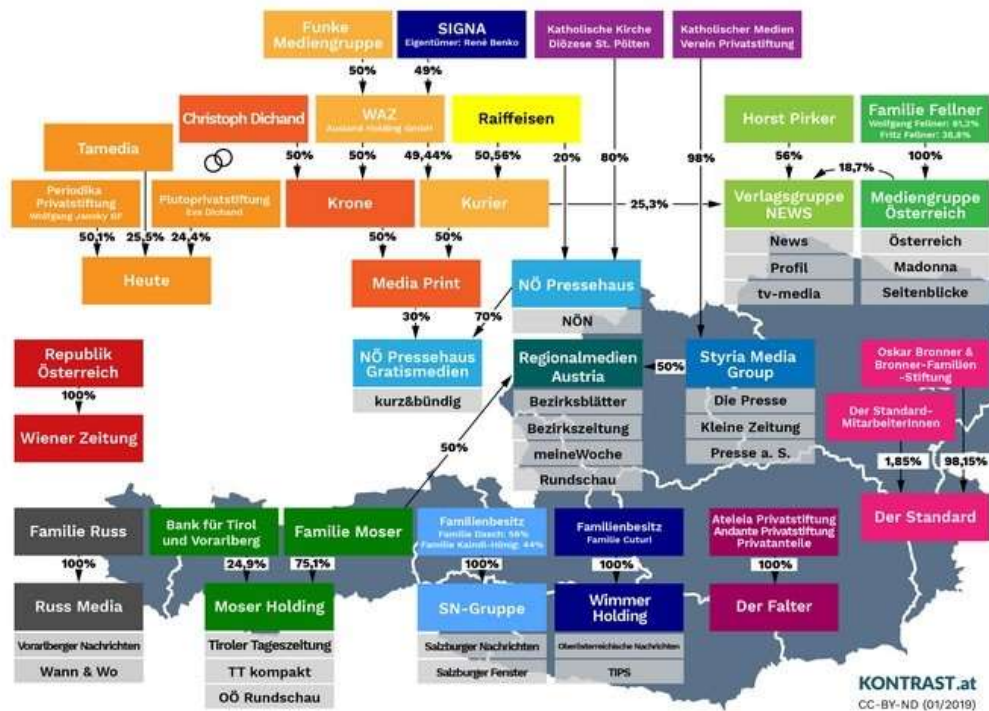


Abbildung 4 Kontrast, 2019: <https://kontrast.at/medien-oesterreich/> zuletzt Zugriffen: 19.06.21

4.3.2 Die auflagenstärkste Zeitung Österreich als medienethisches Spezifikum

Ich möchte kurz ein paar Merkmale der *Neuen Kronen Zeitung* hervorheben, beginnend mit ihrem Namen. Die Zeitung selbst nennt sich heute meist *Kronen Zeitung*, jedoch handelt es sich eigentlich um die *Neue Kronen Zeitung*, die Hans Dichand 1959 nach Vorbild der eigentlichen *Kronen Zeitung* wieder zum Leben erweckte. Oft wird sie in Kurzform auch *Krone* genannt. Die Rechte am Namen *Kronen Zeitung* wurden damals von Dichand gekauft.

4.3.2.1 Historie der *Kronen Zeitung*

Die *Kronen Zeitung* wurde 1900 in Wien von Gustav Davis gegründet. Da sich damals nicht jeder den Kauf einer Zeitung leisten konnte, hatte Davis „die epochale Idee, eine Tageszeitung zu schaffen, die für alle erschwinglich sein wollte.“ (Dichand, 1977: S. 13). Sie kostete eine Krone und erhielt somit ihren Namen (vgl. ebda).

Leopold Lipschütz war damals Chefredakteur und prägte die Wahrnehmung der Zeitung sowie die allgemeine Ausrichtung von Boulevardmedien maßgebend. „Unser wirklicher Chefredakteur [...] ist der Leser. Er weiß es nicht, aber seine Wünsche sind für uns

bestimmend. Die Kronen Zeitung will nicht lenken, nicht beeinflussen; sie will versuchen, Gegensätze auszugleichen.“ (Lipschütz zitiert nach Dichand, 1977: S. 17)

Sie war keineswegs von Anfang an von Erfolg begleitet „*Die junge Kronen Zeitung lebte nicht, sie vegetierte. Die Ausgaben wurden nur mühsam von den Einnahmen gedeckt, manchmal auch das nicht zur Gänze.*“ (Dichand, 1977: S. 25) Ebenfalls wurde das Vorhaben von Dichand eine neue *Kronen Zeitung* herauszugeben kritisch beäugt. (Vgl. *Kronen Zeitung*, 2011)

„1938 zeichnete sich das Ende der Kronen Zeitung ab. Durch den Einmarsch der Nationalsozialisten in Österreich wurde auch die Redaktion der Kronen Zeitung kontrolliert, schließlich wurde die "Krone" in die "Kleine Kriegszeitung" umgewandelt. Am 31. August 1944 wurde diese eingestellt, was auch das - vorläufige - Ende der Kronen Zeitung bedeutete.“ (ebda)

Hans Dichand hat demnach 1959 nicht nur den Namen, sondern auch die damit verbundenen Leitideen und Werte der Zeitung übernommen. Laut seiner Aussagen sollten auch in der *Neuen Kronen Zeitung* Journalist*innen politisch unabhängig agieren.

„Journalisten der Kronen Zeitung können in ihrem Privatleben durchaus der einen oder anderen Partei nahestehen; im Dienst sind sie dazu verpflichtet, die Grundsätze absoluter Unabhängigkeit zu vertreten. Wer nachweisbar gegen dieses Prinzip verstößt, für den ist kein Platz mehr in der Redaktion.“ (ebda: S. 20)

Heute noch wirbt die *Kronen Zeitung* mit ‚Mut, Haltung und Unabhängigkeit‘. 1991 schrieb Bruck, dass große Macht von der *Neuen Kronen Zeitung* ausginge, welche wiederum eine Angst vor ihr mitbringe.

„Die Macht der Neuen Kronen Zeitung und die Angst vor ihr sind neben dem öffentlich-rechtlichen Monopol im Bereich Radio und TV die herausragendsten Strukturmerkmale des österreichischen Mediensystems. Sie wurden in den letzten Jahren durch den Beteiligungseinkauf der WAZ, der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung, und die Druck-, Vertriebs- und Anzeigenehe mit dem Kurier, kurz Mediaprint genannt, nur noch verstärkt.“ (Bruck, 1991: S. 18)

Bekannt ist zum Beispiel auch der ‚Kniefall‘ des ehemaligen österreichischen Bundespräsidenten Thomas Klestil vor der ‚Medienmacht‘ der *Kronen Zeitung* (vgl. Borgers, 2002⁸ zitiert nach Weder, 2010: S. 501).

⁸ Borger, Nathalie: Film: *Kronenzeitung: Tag für Tag ein Boulevardstück*, 2002

2010 verstarb Hans Dichand, seither ist sein Sohn, Christoph Dichand, als Herausgeber an seine Stelle getreten. Zum 60-jährigen Geburtstag der *Kronen Zeitung* widmete die Rechercheplattform *Dossier* ihr komplettes Heft dieser. Negative Konsequenzen für *Dossier* sind bisher nicht publik.

Heute ist die *Kronen Zeitung* nach wie vor die auflagenstärkste Zeitung Österreichs. „1.885.000 Österreicherinnen und Österreicher informieren sich täglich in der *Kronen Zeitung*, was einer nationalen Abdeckung von 25,0 % entspricht.“ (APA, 2021) Die Zahlen aus 2020 sind zwar niedriger, dies führt die Austria Presse Agentur jedoch auf die eingeschränkte Möglichkeit der Umfrage der Mediaanalyse aufgrund der Coronapandemie zurück. Die Mediaanalyse basiert auf Interviews und wegen der geringen Anzahl der Interviews sind die Zahlen nicht mit jenen aus anderen Jahren vergleichbar. (Vgl. ebda) Im Jahr zuvor waren es noch 27,2 Prozent, was 45 Prozent aller Tageszeitungsleser*innen ausmachte. (Vgl. APA, 2020)

Bei Weder heißt es, dass die *Kronen Zeitung* mit einem Marktanteil von über 42 Prozent die relativ gesehen größte Tageszeitung der Welt sei. (Vgl. Weder, 2010: S. 501)

Ein wichtiges Abgrenzungsmerkmal der *Neuen Kronen Zeitung* am Zeitungsmarkt ist der Kampagnenjournalismus. Die *Neue Kronen Zeitung* behandelt in ihren Ausgaben immer ein, zwei oder manchmal drei Generalthemen, die über längere Zeiträume hin sowohl in der Berichterstattung wie auch in Kommentaren ausführlich bearbeitet werden. (Vgl. Bruck, 1991: S. 20)

Erneut in den Fokus geriet die *Kronen Zeitung* mit der Ibiza Affäre, als Heinz Christian Strache in einem Video sagte. „Du sagst ihr, wenn sie die *Kronen Zeitung* übernimmt drei Wochen vor der Wahl und uns zum Platz eins bringt, dann können wir über alles reden.“ (Strache zitiert nach Falter 2019)

4.3.3 Das Amtsgeheimnis als medienethisches Spezifikum

Was bei Weder keine Beachtung gefunden hat, jedoch ebenfalls Österreich und somit den österreichischen Journalismus besonders prägt, ist das Amtsgeheimnis. „Österreich ist das letzte Land der Europäischen Union, in dem das Amtsgeheimnis noch im Verfassungsrang steht.“ (Fellner, 2021) Dieses steht bereits seit Jahren im Diskurs.

„Strafgesetz und journalistische Ethik müssen nicht immer deckungsgleich sein, nicht einmal in einem Rechtsstaat, nicht einmal in einer Demokratie. Und vor allem nicht in

Österreich, wo eine überbordende Amtsverschwiegenheit es Journalisten verunmöglicht, Informationen, die in einer Demokratie öffentlich sein sollten, in Erfahrung zu bringen.“ (Koller, 2017: S. 57)

Aktuell dreht sich der Diskurs jedoch bereits konkret um die Abschaffung der Verschwiegenheitspflicht von Beamten sowie um die damit einhergehende Ausgestaltung der Informationsfreiheit. Im Regierungsprogramm 2020 – 2024 ist der Plan für die Umsetzung festgehalten. „*Amtsgeheimnis abschaffen und Informationsfreiheit als einklagbares Recht einführen*“ (Republik Österreich, 2020, S.6)

4.3.4 Die Presseförderung als medienethisch relevantes Spezifikum

Die Presseförderung ist im Allgemeinen eine Medienförderung, die aus staatlichen Geldern finanziert wird. Diese wird in Österreich jährlich an Printmedien vergeben.

Medienförderung [...] meint staatliche Subventionierung von Medien, also eine Form der meist fortwährenden finanziellen Unterstützung von Medieninhabern. Dabei kann zwischen der staatlichen Unterstützung von öffentlichen Medien (z. B. öffentlich-rechtlicher Rundfunk) und der staatlichen Subventionierung privater Medien (z. B. Presseförderung und Förderung des privat-kommerziellen wie nicht-kommerziellen Rundfunks, Onlineförderung) unterschieden werden. (Murschetz, 2020: S. 1469)

Zeitungen waren bis 1975 in Österreich mehrwertsteuerbefreit. „1975 wurde eine Mehrwertsteuer von 10 Prozent gleichzeitig mit der Parteien- und Presseförderung eingeführt. Zurzeit wird in Österreich im Rahmen der Steuerreform eine Anhebung der Mehrwertsteuer (Umsatzsteuer) angedacht.“ (ebda: S. 1480) Murschetz gibt zu bedenken, falls diese Reform einer erneuten Erhöhung der Mehrwertsteuer durchgesetzt würde, wirke sich das verteuern auf den Kaufpreis für die Konsument*innen aus.

„Für die Kaufzeitungen, die derzeit wegen des digitalen Umbruchs ohnehin vor großen ökonomischen Herausforderungen stehen, wäre eine von der Regierung veranlasste Verteuerung ihrer Produkte eine Hypothek und eine Schwächung im Wettbewerb mit Gratiszeitungen.“ (ebda)

In der Pandemiezeit wurde die Mehrwertsteuer für Medien in Österreich vorübergehend auf 5 Prozent gesenkt, jedoch wurden sie 2021 wieder von der Sonderregelung ausgenommen. (Vgl. derstandard, 2021)

In Österreich gibt es folglich seit 1975 eine Presseförderung für Printmedien. Grundlage der Vergabe ist das Presseförderungsgesetz, das zuletzt 2004 novelliert wurde. Die Förderungen werden seit 2001 von der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) vergeben. Interessant ist, dass Deutschland staatliche Subventionierungen der Presse komplett ablehnt.

(Vgl. Murschetz, 2020: S. 1478) „Man ist der Meinung, dass eine staatliche Förderung mit der Freiheit und Unabhängigkeit der Presse, der Wettbewerbsfreiheit und dem Anspruch auf Gleichbehandlung kollidieren würde.“ (ebda) Murschetz geht im zitierten Beitrag hingegen davon aus, „dass medienpolitische Intervention durch Systeme der staatlichen Medienförderung im Sinne der Gewährleistung einer pluralistischen Medienlandschaft nötig und gerechtfertigt ist.“ (ebda: S. 1467)

Die Presseförderungsvergabe erfolgt in Österreich nach gewissen Kriterien: Alle Kauf-, Tages- und Wochenzeitungen erhalten eine *Vertriebsförderung*, des Weiteren wird eine besondere Förderung für die *Erhaltung der medialen Vielfalt* an regional und national nicht marktbeherrschende Zeitungen vergeben. Außerdem gibt es eine sogenannte *Qualitätsförderung*, die jedoch nicht mit der Qualität der Zeitungsinhalte, sondern mit Aus- und Weiterbildungen für Journalist*innen, Leseförderungen an Schulen und angestellten Korrespondent*innen zusammenhängt. Die Qualitätsförderung ist in der folgenden Grafik noch nicht ersichtlich, da sie erst später im Jahr vergeben wird. Da wir uns 2020 in einem besonderen Pandemiejahr befanden und Zeitungen Inseratenschaltungen einbüßen mussten, wurde in diesem Jahr zusätzlich eine *Covid-Sonderförderung* für die Tageszeitungen vergeben. (Vgl. derstandard.at, 2020) Des Weiteren wurde auch die Vertriebsförderung einmalig um das Eineinhalbfache erhöht. (derstandard.at, 2020)

Obwohl die *Covid-Sonderförderung* in Zukunft vermutlich und erhofft nicht die Regel sein wird, habe ich dennoch die Grafik aus dem Jahr 2020 ausgewählt. Denn gerade die aktuelle Ausarbeitung von Sondervergaben ist meines Erachtens nach interessanter als bereits etablierte Vergaben und kann eher aktuelle medienpolitische Handlungsweisen ablichten. Außerdem ist ihre finanzielle Dotierung weit höher als die der bereits vergebenen herkömmlichen Förderungen und fällt somit weit stärker ins Gewicht.

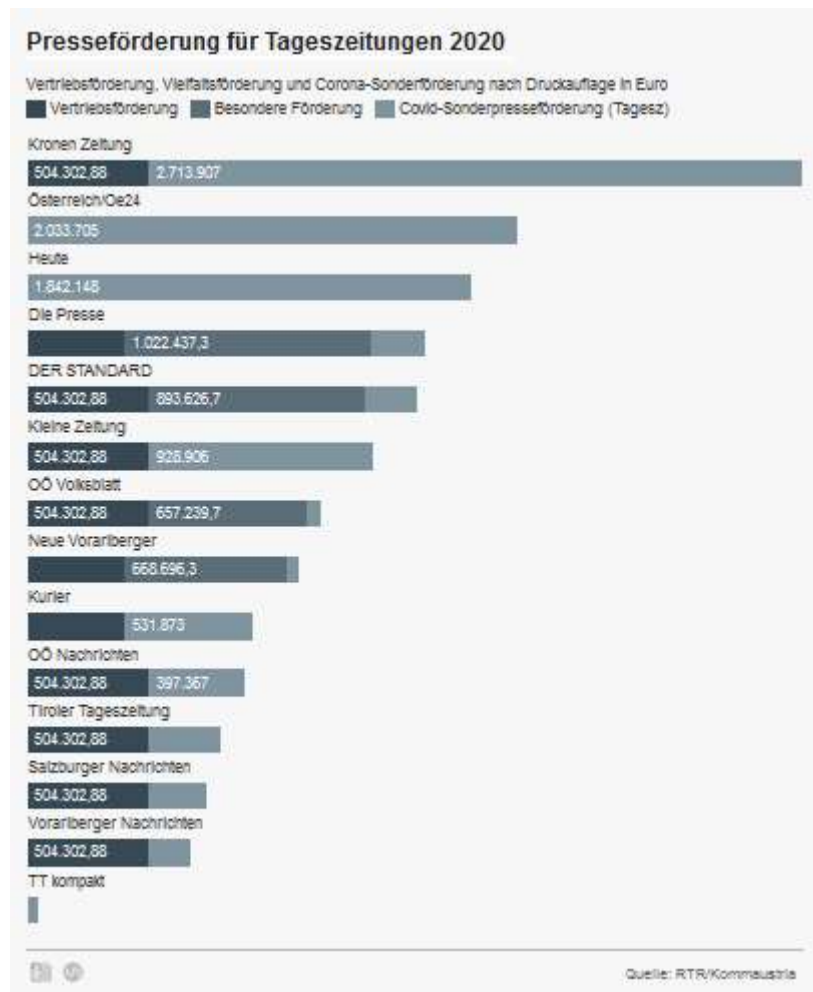


Abbildung 5 derstandard.at, 2020: <https://www.derstandard.at/story/2000118704741> zuletzt Zugriffen: 19.06.21

Aus der Grafik ist ersichtlich, dass die *Kronen Zeitung* am stärksten subventioniert wurde. Begründet liegt dies in der Vergabe nach der Druckauflage aus 2019. Es folgen *Österreich/OE24* und *Heute*, welche eigentlich von einer Presseförderung ausgeschlossen sind, da es sich um Gratismedien handelt. In diesem Fall sieht man, dass diese ausschließlich die *Covid-Sonderförderung*, aber keine Vertriebsförderung erhalten haben. „*Keine Presseförderung erhalten die beiden Boulevardblätter Heute und Österreich, weil sie als Gratiszeitungen gewertet werden.*“ (Murschetz, 2020: S. 1478) Jedoch steht der Ausschluss von Gratiszeitungen seit 2017 im politischen Diskurs, bisher gibt es dahingehend aber noch keine Änderung. (Vgl. derstandard.at, 2017) *Der Standard* und *Die Presse* profitieren von der besonderen Förderung als nicht markbeherrschende Zeitungen. Die Zeitung *Österreich* suchte erneut um Presseförderung an, wurde jedoch wieder abgelehnt, da ihre Kaufzeitung sich nicht beachtlich von der Gratisversion *OE24* unterscheidet und somit von der KommAustria nicht als eigenständiges journalistisches Produkt gewertet wurde. Medieninhaber, Wolfgang Fellner, klagt nun die Republik Österreich. Als Privatsender erhielt *OE24TV* hingegen die höchste Förderung im Jahr 2020, die ebenfalls von der KommAustria vergeben wurde.

(derstandard.at, 2021) Ergänzend ist noch zu erwähnen, dass ebenfalls *Covid-Sonderförderung* für Kauf-Wochenzeitungen vergeben wurden. (Vgl. derstandard.at, 2020) Neu ist außerdem der Gesetzesentwurf zur Digitalförderung in der Höhe von jährlich 15 Mio. Euro ab 2021 und rückwirkend für 2020. Der Entwurf sieht vor, dass staatliche Digitalförderungen ausschließlich an Medienunternehmen (Printzeitungen, Rundfunk und Fernsehen) bei digitalen Veröffentlichungen vergeben werden.

§ 33a. (1) Zur Erhaltung der Vielfalt an Anbietern und zur Förderung des Auf- und Ausbaus des digitalen Angebots in der Medienlandschaft unterstützt der Bund durch finanzielle Zuwendungen jene privaten Medienunternehmen (§ 1 Z 6 MedienG, BGBl. Nr. 314/1981), die ihre Medieninhalte mittels der von ihnen verbreiteten periodischen Medien auf das österreichische Publikum ausrichten. (Gesetzesentwurf zu KOG §33a (5), 2021: S. 2)

Dass rein digitale Medien, Gründungen und Innovationen unabhängig von bestehenden Medienunternehmen nicht gefördert werden sollen, stößt jedoch bei Medienwissenschaftler*innen, dem Presseclub Concordia und Rechtsexpert*innen auf Kritik. (Vgl. derstandard.at, 2021) Beachtenswert ist im Gesetzesentwurf, dass erstmals der Inhalt von Veröffentlichungen als Vergabekriterium dient. Schon lange steht in Österreich im Diskurs, ob die Presseförderung nicht an Qualitätskriterien gekoppelt sein sollte. Nun findet man erstmals Qualitätskriterien für eine Förderung und zwar für die Digitalförderung. Medienunternehmen können im Entwurf bei nachstehenden Verstößen von der Vergabe ausgeschlossen werden.

„(5) Von der Förderung sind Förderungswerber ausgeschlossen, in deren Medium in dem Jahr, das dem Datum des Förderansuchens vorangeht, wiederholt und systematisch

- 1. zum gewaltsamen Kampf gegen die Demokratie oder den Rechtsstaat aufgerufen wurde, oder*
- 2. Gewalt gegen Menschen als Mittel der Politik befürwortet wurde, oder*
- 3. wiederholt zur allgemeinen Missachtung der Rechtsordnung auf einem bestimmten Rechtsgebiet aufgefordert wurde.“ (Gesetzesentwurf zu KOG §33a (5), 2021: S. 2)*

Murschetz betont in seinem Beitrag außerdem,

„dass staatliche finanzielle Zuwendungen an Printmedien in Österreich in keiner Relation zu den jährlich mehr als 600 Mio. Euro Rundfunkgebühren an den öffentlich-rechtlichen ORF (TV und Hörfunk) und den 18 Mio. Euro Förderung im Jahr an privaten und nicht-kommerziellen Rundfunk stehen.“ (Murschetz, 2020: S. 1478f.).

Er bezieht sich hier auf Daten der RTR GmbH aus dem Jahr 2011. Auch Rundfunk und Fernsehen erhielten Covid-Sonderförderungen. Eine sehr ausführliche Grafik, in welcher

sowohl die Relation zwischen Presse und Rundfunk/Fernsehen als auch die Digitalförderung berücksichtigt wurde, findet sich auf [derstandard.at](https://www.derstandard.at).



Abbildung 6 [derstandard.at](https://www.derstandard.at/story/2000123737995), 2021: <https://www.derstandard.at/story/2000123737995> zuletzt Zugriffen: 19.06.21

Staatliche Subventionen sind jedenfalls laut Murschetz kritisch zu sehen, vor allem spielen Vergabekriterien dabei eine entscheidende Rolle, aber eben auch indirekte Presseförderungen wie die Vergabe von Inseraten.

„Staatlich gelenkte Subventionen sind immer auch ein Mittel zur politischen Machtausübung und können zu höchst unerwünschten Abhängigkeiten führen. Sie liefern Verdachtsmomente für Korruption und politisches Lobbying und zeigen sogar Praktiken des Subventionsmissbrauchs auf. Als umstritten gilt in dieser Hinsicht etwa

die Frage der indirekten Presseförderung durch Inserate von staatsnahen Institutionen und Regierungsstellen.“ (Murschetz, 2020: S. 1472)

4.3.5 Die Parteieninserate als medienethisch relevantes Spezifikum

In Österreich fließt Steuergeld von Parteien für Inserate an Zeitungen, und das nicht wenig. Seit einigen Jahren wird diese Praxis immer wieder als Problem thematisiert. In Deutschland gelten Regierungsinserate im Wahlkampf seit 1977 vor Gericht als „unzulässige Wahlwerbung“. *„Seither steht Regierungswerbung in Deutschland vor allem in Wahlkampfzeiten unter Beobachtung. Das Urteil wirkt bis heute.“* (Dossier, 2018)

Am meisten inserierte die Freiheitliche Partei in der Kronen Zeitung, 33 Prozent des Bruttowerbewertes flossen an die reichweitenstärkste Tageszeitung des Landes. Mit Inseraten im Wert von 127.280 Euro bevorzugte die ÖVP im Nationalratswahlkampf die Gratiszeitung Österreich. Diese ging bei Inseraten der SPÖ (fast) leer aus [...]. Dafür ist die SPÖ die beste Kundin in der Gratistageszeitung Heute. Im Standard schalteten nur SPÖ und Grüne. Die Neos gaben im Zeitraum 1. September bis 12. Oktober 2017 keinen Cent für Inserate in den sechs beobachteten Tageszeitungen aus. (Dossier, 2017)

Medienethisch relevant sind Parteieninserate insofern, als durch den Geldfluss versucht wird, Einfluss auf die Berichterstattung zu nehmen. Durchaus kann auch das Auslassen von Informationen medienethisch relevant sein. Dass der Geldfluss eine „Beißhemmung“ hervorrufen kann, darin sind sich auch die Journalist*innen in der Empirie weitestgehend einig. Dies bezieht sich selbstverständlich nicht nur auf staatliche Inserate, sondern auch auf die Inserate aus der Werbewirtschaft.

4.3.6 Die Auflösung des Presserats als medienethisch relevantes Spezifikum

Eine weitere Besonderheit war in Österreich 2002 die Einstellung des Presserats. Erst mit 2010 konnte dieser wieder neugegründet werden. Im bereits mehrfach zitierten Beitrag von Weder war die Neugründung noch nicht vollzogen, und sie äußerte sich dazu kritisch: *„Tatsächlich fehlt seit dem Ende des Presserates also nicht nur ein Selbstkontrollorgan der österreichischen Medienlandschaft, sondern daneben besteht der Ehrenkodex quasi ohne Sanktionsmöglichkeiten weiter.“* (Weder, 2010: S. 505). Die meisten Medien fühlten sich nach der Auflösung des Presserats zwar dem Ehrenkodex noch verpflichtet, und dieser war auch noch im Kollektivvertrag angeführt, aber die Sanktionsmöglichkeiten fielen in der Folge weg. Trotz der Festschreibung im Kollektivvertrag zweifelten Wissenschaftler an der Wirksamkeit des Ehrenkodex ohne das Selbstkontrollorgan.

„Dabei führt wohl das Wissen um ethische Grundsätze – und ihre Wandelbarkeit – alleine auch noch nicht zu einer größeren Verantwortungsfähigkeit der JournalistInnen. Deren Diskussion im Selbstkontrollorgan Presserat provozierte ebenfalls nicht zwangsläufig mehr moralische Urteilsfähigkeit der einzelnen Branchenmitglieder.“ (Gottwald, Kaltenbrunner, Karmasin, 2006: S. 13)

Die Autoren gehen davon aus, dass vor allem die Kombination aus der Entwicklung plausibler Ehrenkodizes, der Vermittlung ethischer Grundsätze in Aus- und Weiterbildung, effizienter Selbstkontrolle sowie möglicher brancheninterner Sanktion einen Beitrag zu journalistischer Qualitätssicherung leistet (vgl. ebda).

4.3.6.1 Der Österreichische Presserat vor 2002

Ich möchte nun kurz den geschichtlichen Anfang des Presserats beleuchten. 1945 wurde mit der Neuorganisation der Presse in den Besatzungszonen auch die Idee der Selbstkontrolle in Form von Presseräten wieder lebendig. Mit der Verankerung der Pressefreiheit im Grundgesetz wurden 1949 weitere Überlegungen angestellt, um diese gegen Angriffe von außen zu schützen und Missstände innerhalb der Presse aufzudecken. In Bonn wurde 1956 der Deutsche Presserat ins Leben gerufen (vgl. Baum, 2005: S. 25), in Österreich war es dann 1961 soweit.

„Im Printmedienbereich wurde eine staatliche Kontrolle ethischer Normen in Österreich stets abgelehnt. Deshalb verhalten die Sozialpartner [...] mit dem Ehrenkodex der österreichischen Presse bereits 1961 zu bindenden Regeln im Sinne der Selbstkontrolle.“ (Weder, 2010: S. 503)

Dass Weder hier „bereits“ schreibt, ist für mich nicht nachvollziehbar, da Selbstregulierung im Mediensektor schon weitaus länger existierte. *„Presse- und Medienräte etwa [...] wurden in einigen Ländern bereits in den 1910er- und 1920er-Jahren gegründet.“ (Puppis, 2019: S. 18).* Die Gründung des Österreichischen Presserats fiel in eine Zeit des Marktumbruchs. Vor allem das Fernsehen drängte die Printmedien dazu, sich klar von den elektronischen Medien abzugrenzen und ihre Bedeutung neu zu definieren. (Vgl. Gottwald, Kaltenbrunner, Karmasin, 2006: S. 23) Interessant ist, dass damals die *Kronen Zeitung* und ihre Nichtanerkennung des Pressekodex laut Gottwald, Kaltenbrunner und Karmasin Auswirkungen auf den Presserat zeigte und im folgenden Zitat als ‚wachsendes Problem‘ beschrieben wird. *„Die frühe Sonderstellung der Kronen-Zeitung, die sich an Selbstkontrollenrichtungen nicht beteiligen will, ist insofern bemerkenswert, als sie für den Presserat zum stetig vorhanden und parallel zur Reichweite der Kronen-Zeitung wachsenden Problem wird.“ (ebda: S. 25).* Die *Kronen Zeitung* ignorierte und kritisierte Einladungen oder

Verfahren des Presserats. Jedoch zeigt eine Auswertung aus den neunziger Jahren, dass dieser sich nur in etwa 20 bis 30 Prozent der Fälle mit Beschwerden befasste, welche die *Kronen Zeitung* betrafen. (Vgl. ebda) In den letzten Jahren gibt es dazu jedoch andere Zahlen. Auch Alexander Warzilek äußerte, dass die *Kronen Zeitung* in den letzten Jahren am häufigsten aufgrund von Ethikverstößen gemeldet wurde. „*Und sie hat auch am meisten Ethikverstöße im Vergleich zu den anderen Zeitungen. Das zeigt unsere Statistik über die Jahre hindurch.*“ (Warzilek zitiert nach taz.de, 2020). Dies betrifft jedoch nicht die aktuellsten Zahlen, denn die Zeitung Österreich liegt auf der Überholspur (Verweis zu Kapitel 5.2.6).

Mit dem Ende des Presserats ging aber keineswegs ein Aufschrei durch Österreich, denn ein schlechter Ruf eilte ihm voraus.

„Manche hatten den Presserat als sozialpartnerschaftlich konstituiertes Selbstkontrollorgan seit jeher für überflüssig befunden, andere kritisierten ihn vier Jahrzehnte nach der Gründung und trotz mancher Reformen als überholt. Viele Branchenmitglieder aber hielten und halten solche Ethik-Exkurse, zumal auf freiwilliger Basis ohne verbindliche Sanktion, für irrelevant.“ (ebda: S. 12)

Zur Auflösung des österreichischen Presserats kam es „*nach einem Konflikt zwischen den wichtigsten Trägerverbänden, dem Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) und der Journalistengewerkschaft*“ (Koller, 2017: S.65f.). Weder führte an, dass die VÖZ damals ihren Austritt mit der „erwiesenen Unwirksamkeit“ des Presserats begründete (vgl. Weder, 2010: S. 503).

5. Presse- und Medienräte

Ich habe bereits dargestellt, dass es auch in Österreich infolge der gesetzlichen Verankerung der Pressefreiheit und der Medienneuorganisation zur Gründung eines Presserats kam, dieser dann jedoch 2001 wieder eingestellt und 2010 neugegründet wurde. Des Weiteren wurde bereits erwähnt, dass Presseräte eine Form der Selbstregulierung darstellen. Im Folgenden möchte ich näher auf diese Selbstregulierung eingehen.

5.1 Selbstregulierung, ihre Absichten und Aufgaben

Selbstregulierung und Co-Regulierung als Verbindung staatlicher und privater Regulierungsbemühungen stellen mögliche Alternativen zur Regulierung von gesellschaftlichen Sachverhalten durch den Staat dar (vgl. Puppis, 2009: S. 23).

Durch das Entstehen neuer Probleme in der Medienpolitik und Medienregulierung aufgrund politischer, ökonomischer, technischer und soziokultureller Veränderungen sind weitere Regulierungsmaßnahmen wie zum Beispiel die Selbstregulierung notwendig (vgl. Puppis, 2007a: S. 293-296 zitiert nach Puppis, 2009: S. 17). Die Selbstregulierung bietet eine Lösung, um staatliche Medienregulierung zu verhindern und die Unabhängigkeit von Medien zu gewährleisten. *„Medienfreiheit sieht sich durch Medienregulierung potenziell bedroht. Selbstregulierung stellt einen möglichen Ausweg aus diesem klassischen Dilemma der Medienpolitik dar.“* (Puppis, 2007a: S. 60⁹ zitiert nach Puppis, 2009: S. 18).

Absicht der Selbstregulierung ist es, die Branche durch brancheninterne Akteur*innen zu regulieren und eben nicht durch branchenfremde. *„Im Gegensatz zu staatlicher Regulierung impliziert Selbstregulierung also eine Regulierung durch nichtstaatliche Akteure, die selbst Teil des regulierten Sektors sind.“* (vgl. Mitnick, 1980: S. 14¹⁰ zitiert nach Puppis, 2009: S. 34). Puppis definiert den Begriff der Selbstregulierungsorganisation als *„Organisation, die von den Unternehmen in einer Branche gegründet wurde, über eine gewisse Autonomie verfügt und für diese Branche Regeln setzt, Regeln durchsetzt sowie Regelverstöße sanktioniert.“* (Puppis, 2019: S. 36). Die Selbstregulierung von Medien übernehmen Presse- und Medienräte. Presseräte bestehen in erster Linie aus Journalist*innen, jedoch finden sich auch Verleger*innen in ihnen wieder. In Österreich stellen Rechtsexpert*innen den Vorsitz. Es handelt sich bei der Presseselbstkontrolle um eine von und für die Presse geschaffene Institution. In dieser wirken *„Journalist und Verleger in eigener freier Entscheidung und Verantwortung“* zusammen, *„um durch Wahrung der Berufsethik im Inneren und durch Verteidigung der Pressefreiheit nach außen das richtige Verhältnis der Presse zu Staat und Gesellschaft zu sichern.“* (Löffler, 1968: S. 11¹¹ zitiert nach Puppis, 2019: S. 67). Besonders ist hier die Freiwilligkeit der Mitglieder hervorzuheben, welche auch heute noch Gültigkeit besitzt. *„Die Tätigkeit der Presseratsmitglieder war ehrenamtlich, sie waren in ihrer Tätigkeit frei, gleichberechtigt und an keinerlei Weisungen (etwa der entsendenden Organisation) gebunden.“* (Gottwald/Kaltenbrunner/Karmasin, 2006: S. 10).

Aktuell wird in europäischen Presseräten über *„die Einbindung des Publikums – und die Öffnung der Gremiensitzungen für Medienvertreter und Öffentlichkeit“* diskutiert. Es zeigt

⁹ Puppis, M.: Einführung in die Medienpolitik, Konstanz, 2007a

¹⁰ Mitnick, B.M.: The Political Economy of Regulation. Creating, Designing, and Removing Regulatory Forms. New York, 1980

¹¹ Löffler, M.: Das Problem der Presse-Selbstkontrolle. Eine einführende Übersicht. In: Löffler, M./Hébarre, J.L (Hrsg.): Form und Funktion der Presse-Selbstkontrolle, München, 1968: S. 7-15

sich, „dass sich das Konzept der Medienselbstregulierung mehr und mehr in Richtung partizipativer ‚Media Accountability‘ entwickelt.“ (Fengler, 2019: S. 191). Media Accountability umfasst „alle nichtstaatlichen Mittel, um Medien gegenüber der Öffentlichkeit zur Rechenschaft zu ziehen“ (Bertrand, 2000: S. 108 zitiert nach Fengler, 2020: S. 280). Sie ist ein weiter gefasstes Konzept der Medienregulierung und bezieht nicht nur Journalist*innen in den Prozess des journalistischen Qualitätsmanagements ein, sondern auch Mediennutzer*innen und andere Stakeholder der Medien (vgl. Fengler, 2020: S. 280).

Puppis folgt in *Organisationen der Medienregulierung* einem organisationalen Ansatz und fokussiert sich auf Strukturen und Prozesse innerhalb dieser sowie auf (strategische) Reaktionen auf institutionelle Anforderungen. Er versteht demnach die Akteure der Regulierung als komplexe Organisationen, die bis zu dem Zeitpunkt der Veröffentlichung seiner Dissertation nur wenig Beachtung in der wissenschaftlichen Untersuchung gefunden haben. (Vgl. Puppis, 2009: S. 15)

5.2 Regulierung von Fernsehen und Rundfunk in Österreich

Für diese Arbeit ist auch der Journalismus in Fernsehen und Rundfunk von Interesse. Der empirische Teil behandelt also ebenso ethische Diskurse in diesen Bereichen, jedoch haben alle Interviewpartner*innen darüber hinaus mindestens für ein österreichisches Printmedium geschrieben, und der Fokus liegt daher vorrangig auf dem Print- aber auch Onlinebereich. Deswegen möchte ich im Folgenden nur in aller Kürze auf die Regulierung des österreichischen Fernsehens und Rundfunks eingehen. Wie bereits weiter oben dargestellt (Verweis zu 4.2) ist der ORF das umsatzstärkste Medienunternehmen in Österreich und deswegen auch das für diese Arbeit interessanteste Medium im Fernsehen- und Rundfunkbereich. Erst mit großem Abstand folgt an zweiter Stelle die *Kronen Zeitung* als reichweiten- und umsatzstärkste Zeitung Österreichs.

Für die Regulierung in Österreich ist die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR) zuständig. Sie erfüllt in Österreich gesetzliche Aufträge im Zusammenhang mit der Regulierung, Entwicklung und Förderung der österreichischen Märkte für Medien, Telekommunikation und Post. (Vgl. RTR) Eine Unterorganisation der RTR ist die KommAustria. „Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) reguliert und beaufsichtigt den Markt der Radio-, Fernseh- und vergleichbaren Online-Angebote in Österreich sowie den ORF und dessen Tochterfirmen.“ (ebda). Außerdem ist die

KommAustria Fördergeberin im Bereich der Printmedien und auch in dieser Funktion für diese Arbeit von Interesse. Sie verwaltet nicht nur die Presseförderung, sondern auch die Publizistikförderung und vergibt ebenfalls Förderungen für die Selbstkontrolle der Presse und bei kommerzieller Kommunikation. Sie erfüllt Aufgaben nach dem Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG, ‚Medientransparenzgesetz‘) sowie dem Fernseh-Exklusivrechtsgesetz (FERG). Ihre Einrichtung, Tätigkeit und Ziele sind im KommAustria-Gesetz (KOG) geregelt. Als Grundlage der Aufsicht über den Österreichischen Rundfunk und dessen Tochtergesellschaften dient sowohl das KommAustria-Gesetz als auch das ORF-Gesetz. Zu den Aufgaben zählen unter anderen die Überprüfung der Zulässigkeit neuer Angebote sowie die finanzielle Kontrolle des ORF. Des Weiteren prüft sie die Einhaltung inhaltlicher Grundsätze. (Vgl. KommAustria)

„Dass der Staat den Bereich der klassischen elektronischen Medien, sprich: Radio und Fernsehen, mit Lizenzen regelt, ist aus technischen Gründen wohl unerlässlich.“ (Koller, 2017: S. 66). Laut Koller müssen staatliche Regelungen im Print- und Digitalbereich, weil es hier keine technischen Grenzen und keine Knappheit an Leitungsressourcen gibt, *„auf ein Minimum – wie es etwa das Straf- und Urheberrecht gebietet – beschränkt bleiben“* (Koller, 2017: S. 66).

5.2 Spezifika des Österreichischen Presserats

Der Österreichische Presserat ist, wie bereits weiter oben dargestellt, seit 2010 wieder aktiv. Seine Neugründung stand in den Jahren seiner Untätigkeit jedoch in ständiger Diskussion.

5.2.1 Die Mitglieder des Österreichischen Presserats

Im Jahr 2009 haben sich der Österreichische Gewerkschaftsbund - vertreten durch die Journalistengewerkschaft und den Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) - darauf geeinigt, diesen wiedereinzuführen. Weitere Trägerorganisationen sind der österreichische Zeitschriften- und Fachmedienverband (ÖZV), der Verband der Regionalmedien Österreichs (VRM), der Verein der Chefredakteure sowie der Presseclub Concordia (PCC). Als administratives Gremium wählen die Trägerorganisationen Journalist*innen für die Senate aus. Derzeit gibt es drei Senate. Diese bestehen jeweils aus elf Mitgliedern und treffen Entscheidungen über die eingelangten Mitteilungen und Beschwerden. In Österreich sind die Senate derzeit ausschließlich durch Journalist*innen besetzt, und es finden sich darin keine Verleger*innen oder Personen von außen. Den Vorsitz der Senate sowie deren Stellvertretung

stellen jedoch zwei rechtskundige Personen. Des Weiteren hat der Österreichische Presserat zwei Ombudspersonen, deren Aufgabe es ist, bei Mitteilungen oder Beschwerden zwischen Rezipient*innen und Medien zu mediieren. Diese zielen demnach auf eine einvernehmliche Lösung ab und werden von den Senaten eingeschaltet. (Vgl. Österreichischer Presserat) Geschäftsführer des Österreichischen Presserats ist Dr. Alexander Wazilek, der auch bereit war, mit mir ein persönliches Hintergrundgespräch im Rahmen dieser Masterarbeit zu führen.

5.2.2 Mögliche Reaktionen bei Meldung von medienethischen Verstößen

Presseräte reagieren bei Meldung der Rezipient*innen von medienethischen Verstößen. Presse- und Medienräte sind eine Selbstregulierungsorganisation, „*welche zumeist auf Basis von Beschwerden von Rezipienten – Verstöße von Medien in journalistischen Arbeitsprozessen und Berichterstattung gegen bestimmte ethische Richtlinien untersucht und nötigenfalls sanktionieren.*“ (Puppis, 2009: S. 68) Nach Einreichen einer Meldung entscheidet der Senat, ob ein Verfahren überhaupt eingeleitet oder die Ombudsperson für eine einvernehmliche Lösung kontaktiert wird. Es kann bei den Meldungen zwischen Mitteilung und Beschwerde unterschieden werden.

„Beschwerden können nur von Personen eingebracht werden, die von der Berichterstattung individuell betroffen sind. Eine Mitteilung über einen mutmaßlichen medienethischen Verstoß kann demgegenüber jede Leserin oder jeder Leser an den Presserat machen. Hier entscheidet der zuständige Senat, ob er ein selbstständiges Verfahren eröffnet.“ (ebda)

Es gibt differenziert nach Mitteilung oder Beschwerde zwei Verfahrensarten, das selbstständige Verfahren und das Beschwerdeverfahren. Bei einem selbstständigen Verfahren ist die meldende Person nicht betroffen und meldet allgemein einen medienethischen Verstoß einer Printzeitung. Falls ein Senat entscheidet ein selbstständiges Verfahren aufzunehmen, ist die Zeitung jedoch nicht verpflichtet die Entscheidung über einen medienethischen Verstoß zu veröffentlichen. Bei einem Beschwerdeverfahren kann die Veröffentlichung hingegen durchgesetzt werden, sofern die betroffene Zeitung den Pressekodex anerkannt hat. (Vgl. Österreichischer Presserat)

5.2.3 Öffentlichkeitswirkung von Rügen

Jene Printmedien, welche den Presserat anerkennen, verpflichten sich, gegebenenfalls eine Presseratsverurteilung über ihre eigene Berichterstattung zu veröffentlichen. Jedoch haben Verurteilungen darüberhinausgehend auch Öffentlichkeitswirkung, da sie jedenfalls durch den

Presserat selbst, als auch über eine Presseaussendung an eine breitere Öffentlichkeit gelangen. Über diese öffentliche Rüge hinaus verfügen Presseräte aber nur über schwache Sanktionsmöglichkeiten. *„Sie verhängen allenfalls geringe Bußgelder und ,bestrafen‘ in der Regel mittels einer ,öffentlichen‘ Rüge, die für das betroffene Medium oder den betroffenen Journalisten zu einem Reputationsverlust führen kann.“* (Fengler, 2016: S. 187f.) Laut Stapf stellt sich die Frage, ob die oft Monate später abgedruckten Rügen denn wirklich Öffentlichkeit herstellen. Dabei weisen laut ihr besonders wiederholte Verstöße von Boulevardmedien darauf hin, dass Sanktionierung durch die Öffentlichkeit oft nicht greift. (Vgl. Stapf, 2010: S. 177) Stapf führt weiter aus: *„Aufgrund der ,unzureichenden‘ Sanktionierung lohnt sich der Verstoß gegen medienethische Normen oft noch für Medienunternehmen und findet sogar Absatz am Markt.“* (ebda) Stapf bringt auf den Punkt, dass medienethische Verstöße rentabel sein können, jedoch ist der Presserat nicht der einzige Weg, den Betroffene wählen können. Koller vertritt hingegen die Meinung, *„dass die Sanktionsmöglichkeiten des Presserats ausreichend sind“* und begründet dies damit, dass *„Menschen, die sich durch mediale Berichterstattung in ihren Rechten beschnitten fühlen, ja auch den ordentlichen Rechtsweg beschreiten können, wo es sehr wohl strenge Sanktionen gegen Medien gibt.“* (Koller, 2017: S. 68).

5.2.4 Der Rechtsverzicht bei Beschwerdeverfahren

Ein weiteres Spezifikum in Österreich ist der Rechtsverzicht bei Beschwerdeverfahren. Wer sich in eigener Betroffenheit an den Presserat wendet, hat zwar den Vorteil keine Verfahrenskosten zahlen zu müssen, muss jedoch auf das Recht verzichten, den ordentlichen Rechtsweg zu beschreiten. Dies nennt sich Schiedsvereinbarung. *„Durch die Unterzeichnung dieser Vereinbarung erkennen Sie den Österreichischen Presserat in der gegenständlichen Angelegenheit als Schiedsgericht an und verzichten auf die Anrufung der ordentlichen Gerichte.“* (Österreichischer Presserat) Zum Rechtsverzicht findet sich kaum Literatur, weswegen in Folge aus dem Hintergrundgespräch mit Dr. Alexander Warzilek zitiert wird. Der Rechtsverzicht kommt bei eigener Betroffenheit der Beschwerdeführer*innen zur Anwendung, jedoch kommt es nur äußerst selten zu Beschwerdeverfahren. Warzilek gab im Hintergrundgespräch an: *„Die wenigsten Verfahren laufen eben über dieses Beschwerdeverfahren, wo jemand selbst betroffen ist und dann einen Rechtsverzicht abgibt, wo es dann auch diese Pflicht zur Veröffentlichung im Medium gibt.“* (Warzilek, Persönliche Kommunikation, 14.02.2020). Es kommt laut ihm zwar zu Beschwerdeverfahren, *„aber dass wir einen Verstoß im Beschwerdeverfahren festgestellt haben und dann das Medium zur*

Veröffentlichung verpflichtet haben, das ist sehr selten.“ (ebda). Warzilek hat in Rechtswissenschaften promoviert. Er führte weiter aus, dass der Rechtsverzicht vor Gericht eventuell gar nicht halten könnte, jedoch ist dieser noch nicht durchjudiziert worden.

„Der Rechtsverzicht ist durchaus umstritten, manche meinen, dass er vor Gericht auch gar nicht hält, weil wir eben nicht gleichwertig Ansprüche gewähren, wie die Gerichte, aber das ist bisher nie gerichtlich geklärt worden und es war halt ein Kompromiss als wir wieder gestartet sind und manche Träger wollten diesen Rechtsverzicht drinnen haben - in dem Beschwerdeverfahren.“ (ebda)

Jedenfalls ruft der Presserat auf seiner Homepage Beschwerdeführer*innen dazu auf, vor Unterzeichnung der Schiedsvereinbarung die Geschäftsstelle des Österreichischen Presserats zu kontaktieren (vgl. Österreichischer Presserat). Abseits der Fragwürdigkeit des Rechtsverzichts vor Gericht ist dieser jedenfalls eine Besonderheit des Österreichischen Presserats. *„Bei anderen Presseräten in anderen Ländern gibt es so einen Rechtsverzicht nicht, der ist doch etwas ungewöhnlich.“* (Warzilek, Persönliche Kommunikation, 14.02.2020)

5.2.5 Die mediale Zuständigkeit

In Österreich handelt es sich noch um keinen Medienrat, sondern vorwiegend um einen Presserat, der Printmedien sowie Nachrichtenagenturen ins Visier nimmt. Allgemein steht die Neuverhandlung von Zuständigkeiten von Presseräten im Diskurs.

„Ebenso stellt sich in der Praxis die – von der Forschung allerdings noch kaum aufgenommene – Frage nach der Zuständigkeit von Presseräten auch für die Online-Inhalte und Social Media-Ableger traditioneller Print-Publikationen sowie – angesichts der crossmedialen Entwicklung der Medien, in denen auch Zeitungen ihren Nutzern Fernseh- und Radioangebote machen – hin zu ‚Medienräten‘, die Ansprechpartner für Fragen journalistischer Verantwortung in den verschiedensten Mediensegmenten sind.“ (Fengler, 2019: S. 191)

Tatsächlich beachtet Österreichs Presserat nicht mehr nur die in der Printzeitung gedruckten Veröffentlichungen, sondern es heißt mittlerweile in **§ 2 Tätigkeitsbereich und Zweck des Vereins**, dass auch die „ergänzenden Medien“ der Printzeitung Beachtung finden (vgl. Österreichischer Presserat, 2019). *„Als ‚ergänzende Medien‘ gelten ausschließlich Medien, deren Hauptzweck in der Ergänzung periodischer Druckwerke liegt, wie z.B. Internetausgaben von Printprodukten.“* (Österreichischer Presserat, 2019) Das heißt, der Presserat kann mittlerweile ergänzende Medien zur Veröffentlichung von medienethischen Verstößen verpflichten. Voraussetzung dafür ist jedoch die Anerkennung des Ehrenkodex der

Printzeitung, dessen ergänzendes Medium betroffen ist, sowie die individuelle Betroffenheit der Beschwerdeführer*innen.

Der Deutsche Presserat hat seit 2009 seine Zuständigkeit auf den Bereich der Beschwerden über journalistisch-redaktionelle Online-Beiträge ausgeweitet, nachdem er zuvor nur für den klassischen Printbereich zuständig war (vgl. Stapf, 2010: S. 168). Seine Zuständigkeit beschränkt sich aber nicht auf ergänzende Medien von periodischen Druckwerken, sondern erstreckt sich auf alle Onlinemedien. Seit Ende 2020 sind in Deutschland anerkannte journalistische Grundsätze ebenfalls von Onlinemedien einzuhalten und finden sich im Medienstaatsvertrag wieder.

„Der Medienstaatsvertrag (MStV) ist am 7. November 2020 in Kraft getreten. Er bestimmt, dass journalistische Onlinemedien („Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen regelmäßig Nachrichten oder politische Informationen enthalten sind“) den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen haben (§ 19 Abs. 1 MStV).“ (Deutscher Presserat, 2021)

5.2.6 Die Akzeptanz des Presserats bei Österreichs Printmedien

Mittlerweile haben einige Printzeitungen den Ehrenkodex des Presserats anerkannt, die diesen weder vor 2002 noch die ersten Jahre nach 2010 anerkannt hatten.

Seit September 2006 hat sich in Österreich eine neue Tageszeitung am Markt hervorgetan, sie trägt den Namen *Österreich*. Sie ist laut Weder *„eine Art Mischung aus deutscher BILD-Zeitung und beispielsweise dem britischen Daily Mirror oder USA Today.“* (Weder, 2010: S. 501f.) Stark und Magin bezeichnen eine Neugründung am Österreichischen Zeitungsmarkt als *„mutiges Unterfangen“*.

„In Zeiten, in denen sich die gesamte Zeitungsbranche seit Jahren dem Problem von massiven Reichweitenverlusten gegenübersteht, erscheint es als mutiges Unterfangen eine neue Zeitung zu platzieren – noch dazu auf einem hoch konzentrierten Markt wie in Österreich.“ (Stark & Magin, 2009: S. 41)

Die Neugründung einer Tageszeitung führt nicht nur zu einer Umverteilung der Leser*innen sondern auch zu etwaigen Diskussionen, die auch Gottwald, Kaltenbrunner und Karmasin bereits 2006 thematisierten.

„Die absehbaren Marktverwerfungen durch den Neueintritt einer Tageszeitung im Herbst 2006, die sich selbst mit einem Image positionieren muss, machen die Diskussion über Selbstkontrolle und Beteiligung von Verbänden und Einzelmedien außerdem zu einem auch ökonomisch relevanten Thema.“ (Gottwald, Kaltenbrunner & Karmasin, 2006: S. 27)

Ab März 2017 nimmt die Tageszeitung *Österreich* am Presserat teil und erkennt somit seitdem den Ehrenkodex an. *OE24* ist hingegen in der Liste der teilnehmenden Medien nach wie vor nicht zu finden. (Vgl. Österreichischer Presserat)

Die Gratis-Tageszeitung *Heute* und die dazugehörige Online-Nachrichtenseite *heute.at* sind im Mai 2021 dem Österreichischen Presserat beigetreten. Ethische Verstöße verzeichnete *Heute* in den letzten Jahren im Verhältnis zu ihrer direkten Konkurrenz nur wenige. (Wiener Zeitung, 2021)

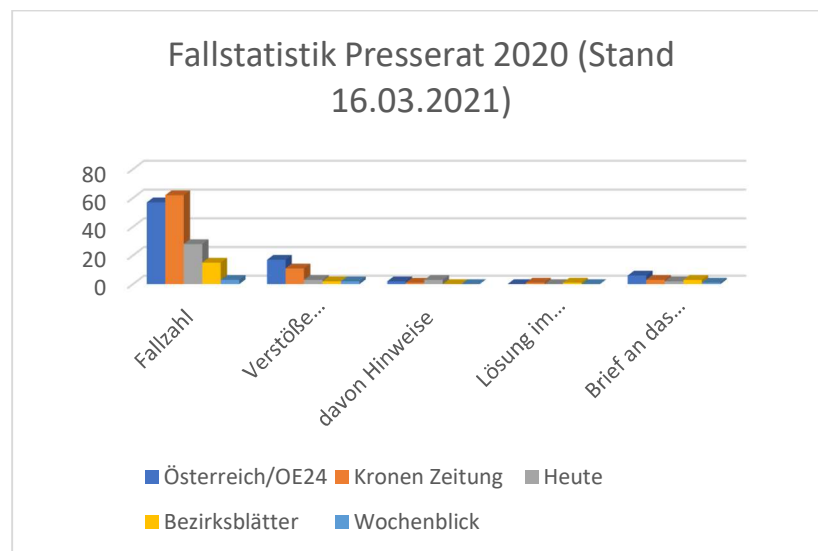


Abbildung 7 eigene Darstellung, Daten Fallstatistik 2020 von presserat.at

Aus der Grafik ist ersichtlich, dass die Tageszeitung *Österreich/OE24* die Statistik 2020 bei den Verstößen anführt. Der Standard berichtete, dass die Fellner Mediengruppe auch schon 2019 die meisten ethischen Verstöße verzeichnete. „Die meisten Rügen handelte sich wie bereits im Jahr 2019 Wolfgang Fellners Mediengruppe *Österreich* ein – genauer gesagt die Kaufzeitung ‚*Österreich*‘, die Gratisvariante ‚*Oe24*‘ sowie das Onlineportal *oe24.at*.“ (derstandard.at, 2021)

- Vor allem führten die veröffentlichten Bilder und Videos des Terroranschlags in Wien zu einer Rekordzahl von 1500 Meldungen ethischer Verstöße. Die Meldungen betrafen die Zeitung *Österreich* und *OE24* sowie die *Kronen Zeitung*. (Vgl. derstandard.at, 2021)

„Die Rüge werde der Presserat jedenfalls nicht – wie von Fellner gefordert – zurücknehmen, betonte Warzilek. Der Presserat wurde bereits zweimal von Wolfgang Fellner geklagt – und gewann beide Verfahren, so Warzilek.“ (Warzilek zitiert nach ebda)

Wie bereits an früherer Stelle ausgeführt, pflegt vor allem die *Kronen Zeitung* ein besonderes Verhältnis zu und mit dem Presserat. Seit der Causa Ibiza gab es von Seiten der *Kronen Zeitung* neue Öffnungen in Richtung Veränderung. Nachdem die Unabhängigkeit der *Krone* von H.C. Strache in Frage gestellt worden war, rückte sie wieder stärker in den gesellschaftlichen und medialen Diskurs. Strache meinte in Ibiza zu Gudenus: „*Du sagst ihr, wenn sie die Kronen Zeitung übernimmt drei Wochen vor der Wahl und uns zum Platz eins bringt, dann können wir über alles reden.*“ (Strache, 2019 zitiert nach Falter, 2019) Der *Krone* Chefredakteur, Klaus Hermann, trat danach bei einer öffentlichen Veranstaltung des Presseclub Concordia mit anderen Medien und Medieninteressierten ins Gespräch und meinte, dass ein Beitritt zum Presserat denkbar sei (vgl. Die Presse, 2019). Bisher ist die *Kronen Zeitung* weder beigetreten noch hat sie den Ehrenkodex anerkannt. Jedoch findet sich seit 2020 eine Journalistin der *Krone* in einem der Senate wieder. „*Alexandra Halouska, stellvertretende Chefin vom Dienst der Kronen Zeitung, wird Österreichs größte Tageszeitung im freiwilligen Selbstregulierungsorgan der Branche vertreten.*“ (Horizont, 2020) Das ist keineswegs das erste Mal, dass die *Kronen Zeitung* einen Sitz im Senat besetzt. In der Vergangenheit war bereits Chronik Redakteur Erich Schönauer vertreten.

6. Empirie

6.1 Relevanz der Theorie für die Empirie

Ich habe im Theorieteil die wichtigsten Themengebiete zur Fundierung des Empirieteils behandelt. In allen Kapiteln habe ich sowohl Bezug zur journalistischen Ethik als auch zum Journalismus in Österreich hergestellt. Dabei habe ich medienethische Anwendungsbereiche gründlich beschrieben und jene Ethiken in den Fokus genommen, denen in dieser Arbeit Relevanz zukommt. Dabei war es mir wichtig, detailliert den Journalismus in Österreich und seine Spezifika herauszuarbeiten, damit die Ergebnisse aus der Empirie in der Folge in den richtigen Kontext einzuordnen sind. Ebenfalls habe ich medienethisch relevante Spezifika berücksichtigt. Es ging mir dabei besonders darum, strukturelle Merkmale in Österreich aufzuzeigen, die zu journalistischer Ethik in einem Spannungsverhältnis stehen. Des Weiteren habe ich die relevanten Arten der Medienregulierungen genannt und bin dabei näher auf den Österreichischen Presserat eingegangen. Ich habe bei der österreichischen Marktanalyse sowohl aktuelle Diskussionen als auch wichtige Änderungen in den letzten Jahren beachtet. Vor allem die Veränderungen der Bedeutung des Journalismus durch Mediatisierung und Digitalisierung geben der ethischen Beschäftigung mit Journalismus Relevanz.

„Die Bedingungen von öffentlicher Kommunikation ändern sich durch Mediatisierung und Digitalisierung, und der Journalismus hat sein Monopol auf die Produktion des Zugangs von Öffentlichkeit verloren. Der berufliche Wandel vom Handwerker der Tatsachen zum Content-Produzenten und Agenten einer umfassenden Wertschöpfung ist unübersehbar.“ (Karmasin, 2005: S. 6)

Im Fokus des empirischen Teils stehen vordergründig die Journalist*innen in ethischen Diskursen. Es geht insofern um die Untersuchung einer Gesinnungs- und Verantwortungsethik, weil Journalist*innen im Zentrum der Analyse stehen und diese im Idealfall sowohl Gesinnung als auch Verantwortungsgefühl mitbringen. Ich nehme an, dass ethische Diskurse besonders im Gedächtnis bleiben, wenn sie einen starken inneren Konflikt auslösen, welcher auf eine Dissonanz zwischen der eigenen inneren und einer von außen herangetragenem Gesinnung zurückgeht. Die Gesinnung führt somit durch einen inneren Konflikt überhaupt erst zum Diskurs und prägt in weiterer Folge die Wahl der weiteren Handlungen im Diskurs. Ebenfalls nehme ich an, dass die Übernahme von Verantwortung zu einer stärkeren Identifikation mit den eigenen Handlungen führt (Verweis zu Kapitel 2.3).

Darüber hinaus habe ich mir aber auch systemische Zwänge (Professions- und Institutionenethik) aus Sicht der Journalist*innen angesehen, und der empirische Teil beleuchtet ebenfalls Wechselbeziehungen sowie Organisationsstrukturen. Es ist aber nicht das vorrangige Ziel dieser Arbeit, neue ethische Normen für Journalist*innen, die Profession oder die Institution zu entwerfen, sondern eben Diskurse zu ethischen Belangen, ihre Akteur*innen sowie wie ihr veränderndes Potenzial herauszustreichen. Ich sehe dabei Journalist*innen als Teil eines Systems an, das auf andere Teilsysteme und ihre Umwelt reagiert (Verweis zu Kapitel 3.2.4).

Es handelt sich bei dieser Arbeit auch nicht um eine Anwendung von Diskurstheorie, denn dort steht vor allem das Schaffen von gemeinsamen Kriterien für einen idealtypischen Diskurs im Fokus. Um Diskurse wirklich auf ihre Verständigungskriterien und die genannten Geltungsansprüche zu untersuchen, wäre es aus meiner Sicht notwendig, eine Beobachtung als Methodik zu wählen. Jedoch würde die Beobachtung mit hoher Wahrscheinlichkeit Einfluss auf den Verlauf der Diskurse nehmen und somit die Ergebnisse verfälschen. Es müsste somit eine verdeckte Beobachtung stattfinden, um Diskurse in ihrer Echtheit zu erhalten. Abseits von ethischer Fragwürdigkeit einer verdeckten Beobachtung als Methode, würde jedoch diese rückschließend wiederum nur die Individualethik der Einzelnen beleuchten und könnte höchstens dazu beitragen, die Momente der Nichtanerkennung von

diskurstheoretischen Geltungsansprüchen in einem zu Diskurs analysieren (Verweis zu Kapitel 3.2.5).

6.2 Forschungsstand zur journalistischen Ethik

Der Forschungsstand zur journalistischen Ethik in Österreich ist vor allem durch Studien von Karmasin geprägt. Es finden sich viele Studien im Allgemeinen zur Journalismusforschung aus dem deutschsprachigen Raum, und auch diese Arbeit ist in diesen Forschungsbereich einzuordnen. Außerdem gibt es eine Fülle an medienethischen Publikationen. Dovifat (1967) hat sich in seinem Konzept von der publizistischen Persönlichkeit individualethisch mit der Gesinnung von Journalist*innen beschäftigt. Bei Bonventer (1984) handelt es sich um Forschung, die ebenfalls in den Bereich der Individualethik einzuordnen ist, jedoch Journalist*innen nicht nur auf ihre ethischen Einstellungen sondern darüber hinaus auf ihr Verantwortungsgefühl untersucht (vgl. Hömberger & Klenk, 2010: S. 46f.).

Außerdem habe ich einige Studien zur Untersuchung von journalistischer Ethik in dieser Arbeit behandelt, die mit Organisations- und Institutionsethik arbeiten und somit einen systemtheoretischen Ansatz verfolgen. Hier sei zum Beispiel auf Puppis' Dissertation *Organisationen der Medienselbstregulierung* verwiesen, in der ein organisationaler Ansatz verfolgt wird. Puppis fokussiert sich auf die Akteur*innen der Medienselbstregulierung und verweist darauf, dass Forschungen zur Medienselbstregulierung sich zumeist den Wirkungen und Erfolgen der Regulierungsmaßnahmen widmen (vgl. Puppis, 2009: S. 15, Verweis zu Kapitel 5.1).

„Funiok (2007) skizziert Begründungen und Argumentationsweisen der Medienethik, Formen der Medienordnung und Medienpolitik sowie Aspekte der Publikums- und Nutzerethik. Zudem werden aktuelle Fragen der Unternehmensethik ebenso angesprochen wie Herausforderungen an eine Internetethik.“ (Schicha, 2010: S. 23)

Debatin und Funiok, die ebenfalls Erwähnung in dieser Arbeit finden, beschäftigen sich mit Grundlagen, Einzelansätzen und Anwendungen der Kommunikations- und Medienethik. Sie untersuchen exemplarisch Medienselbstkontrollinstanzen, politische Talkshows sowie provokative Werbung. (Vgl. ebda) Schicha und Brosda (2000) untersuchen philosophischen Grundlagen, die für die Journalistik Relevanz besitzen und stellen Bezüge zur Politikvermittlung, Ökonomie und Ästhetik her. Des Weiteren bieten sie Reflexionen der freiwilligen Medienselbstkontrolle an (vgl. ebda: S. 24). Karmasin untersucht in *Journalismus: Beruf ohne Moral?* (2005) im Längsschnittvergleich relevante Einstellungsveränderungen von Journalist*innen, Redakteur*innen, Abteilungsleiter*innen

und dem Publikum, und auch hier steht die Individualebene der Akteur*innen im Vordergrund. Es handelt sich um eine quantitative Befragung, die für Österreich repräsentativ ist und bei welcher unter anderem ethische Normen abgefragt wurden. Um ein Beispiel anzuführen: 122 hauptberufliche Journalist*innen wurden gefragt: „Wenn Sie an Ihren beruflichen Erfahrungsbereich denken, wie schwierig ist es da, ethische Grundsätze und Handlungen zu verwirklichen?“ Diese wurden dann mit Hilfe von soziodemographischen Daten wie zum Beispiel ‚Hochschulabschluss‘ oder ‚kein Hochschulabschluss‘ analysiert. (Vgl. Karmasin, 2005, S. 124)

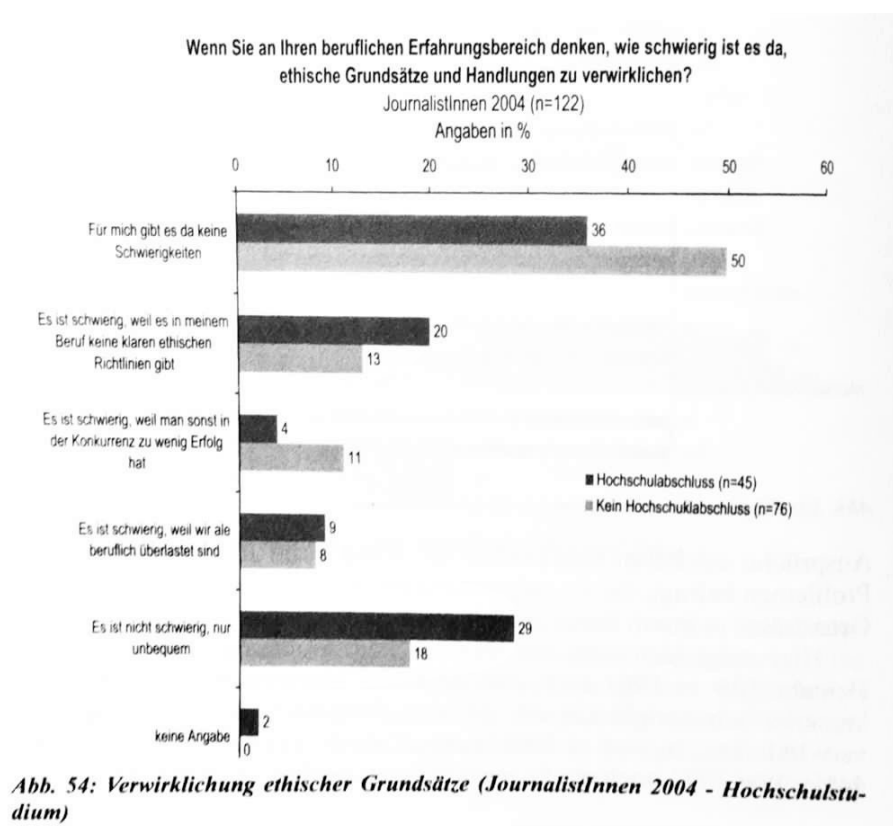


Abbildung 8 Foto aus Karmasin, 2015: S.124

Es wurden in den Publikationen viele Bereiche der Medienethik abgedeckt, jedoch konnte ich keine Fokussierung auf ethische Diskurse in Redaktionen darin finden. Des Weiteren konnte ich Studien finden, die den öffentlichen Diskurs durch Journalismus thematisieren, wie zum Beispiel *Diskursiver Journalismus* von Carsten Brosda aus dem Jahr 2008. Zu diskursivem Verhalten in Österreichs Redaktionen gibt es jedoch bislang keine mir bekannten Studien.

Obwohl im empirischen Teil dieser Arbeit die Medienselbstregulierung nicht im Vordergrund steht, möchte ich kurz erwähnen, dass in diesem Bereich empirische Studien mittels

Befragung von Journalist*innen oder Inhaltsanalysen von Medien eine Seltenheit darstellen. Fengler beschreibt den Forschungsstand der Medienselbstkontrolle und schließt

„dass die überwiegende Literatur in Kommunikationswissenschaft und Journalismusforschung sich deskriptiv und normativ mit der Thematik auseinandersetzt; eine vergleichsweise geringe Anzahl von empirischen Arbeiten untersucht Wahrnehmung und Einfluss dieser Instrumente im Journalismus durch Inhaltsanalysen von Medien oder Befragungen von Journalisten. Erst in jüngster Zeit sind größer angelegte empirische Forschungsprojekte durchgeführt worden, deren Ergebnisse hier ebenfalls kurz vorgestellt werden.“ (vgl. Fengler et al. 2014¹² zitiert nach Fengler, 2016: S. 189).

6.3 Forschungsfragen

Ich möchte nun die forschungsleitenden Fragen dieser Arbeit kurz vorstellen.

FF1: Welche Verhältnisse von Akteur*innen beeinflussen die ethischen Diskussionen im Journalismus in Österreich?

FF2: Welche institutionellen Merkmale kollidieren mit den Ansprüchen von Journalist*innen an einen ethischen Journalismus?

FF3: Welche Spezifika des aktuellen Marktes erschweren es Journalist*innen, die Erwartungen an sie bezüglich eines ethischen Journalismus zu erfüllen?

FF4: Welche Folgen haben weitere Handlungsschritte der Journalist*innen nach ethischen Auseinandersetzung mit der Führungsebene?

FF5: Welche Faktoren tragen zu einer reichen Diskussionskultur in österreichischen Redaktionsräumen bei?

FF6: Welche Faktoren spielen für die Beurteilung der Finanzierung von Medien durch Inserate eine Rolle?

6.4 Methodenbeschreibung

In dieser Arbeit beschäftige ich mich mit ethischen Diskursen in österreichischen Medien aus der Perspektive der Journalistin oder des Journalisten. Für die Analyse wurden neun

¹² Fengler, Susanne/Eberwein, Tobias/Mazzoleni, Gianpietro/Porlezza, Colin/Russ-Mohl,Stephan (Hrsg.): Journalists and Media Accountability. An International Study of News People in the Digital Age. New York: Peter Lang, 2014

Journalist*innen von mir interviewt. Ich habe ein qualitatives Verfahren gewählt, weil sich, wie im Kapitel Forschungsstand beschrieben, bisher wenig bis keine Studien zu ethischen Diskursen in Redaktionen finden. Des Weiteren fiel die Wahl auf ein qualitatives Leitfadeninterview, um unter anderem eine Tiefe zu erreichen, welche den Interviewpartner*innen die Möglichkeit bieten sollte, Neues anzusprechen.

Die Fokussierung auf ethische Diskurse dient mir dazu, ethische Bereiche herauszufiltern, denen tatsächliche Relevanz in der journalistischen Praxis in Österreichs Redaktionen zukommt. Der Diskurs bietet sich im Besonderen für die Untersuchung an, da er einerseits konkret ist, andererseits aber dennoch viele Möglichkeiten an Antworten beinhaltet. Des Weiteren ist er besonders geeignet für eine Analyse, da er stattfindet, wenn die Verständigung scheitert und Geltungsansprüche hinterfragt werden. Idealerweise führt er zu einer Einigung und somit zu einem neuen gemeinsamen Verständnis. (Vgl. Habermas, 1971a: S. 115¹³ zitiert nach Burkart, 2002: S. 440, Verweis zu Kapitel 3.2.5) Dem Diskurs wohnt eine Bewegung inne, und er hat im Idealfall einen verändernden Charakter, der sich in weiterer Folge auf die Profession und die Institution Medien auswirkt. Darüber hinaus habe ich die Handlungsoptionen der Journalist*innen bei Diskursen herausgearbeitet und mir angesehen, wie diese ethische Diskurse beschreiben und darin agieren, welche Ziele sie in einem Diskurs verfolgen und mit welchen anderen Zielen diese konkurrieren. Um eine angestrebte Vollständigkeit von möglichen Spannungsfeldern darzulegen, habe ich mir außerdem die Auseinandersetzung mit den Leser*innen angesehen.

Im Fokus der Analyse steht die Journalistin und der Journalist, welche*r durch offene Fragestellungen selbst ihre bzw. seine ethischen Normen sowie ethische Konflikte im Berufsfeld definieren kann. Die einzelnen Journalist*innen befinden oder befanden sich jedenfalls in einem Verhältnis zu mindestens einer österreichischen Redaktion (Verweis zu Anhang).

Die Möglichkeiten von ethischen Diskursen sind im Journalismus äußerst vielfältig. Die Beziehung zwischen Journalist*innen und möglichen Diskurspartner*innen komplex.

„Die Praxis des Journalismus kommt als Mixtur aus den Ideologien der Medieneigentümer, aus spezifischen Formen der Wahrnehmung von Ereignissen (‚Nachrichtenwerte‘), Bearbeitungsritualen der Medien, professionellen Routinen, institutionellen Einflüssen und den Merkmalen und Einstellungen der Journalisten selbst zustande.“ (Wilcken, 1996: S. 66)

¹³ ebda.

Deswegen habe ich für die Analyse eine Grafik zur Einordnung entworfen. Journalist*innen sind meist von ihren Arbeitsgeber*innen finanziell abhängig, diese haben reziprok Erwartungen an ihre Arbeitnehmer*innen. Diese Erwartungen können jedoch im Konflikt mit den ethischen Normen der einzelnen Journalist*innen stehen.

Auch hat jede Redaktion eigene ethische Normen, die im Konflikt mit den Normen der Journalist*innen stehen können. Im Idealfall versuchen Journalist*innen ihre eigenen ethischen Normen mit den ethischen Normen des Mediums zu vereinbaren und wählen ein Medium, mit welchem sie sich identifizieren. Unter den befragten Journalist*innen gibt es aber einige, die zeitweise bei Zeitungen aus vorrangig finanziellen Gründen gearbeitet haben und dadurch in einem stärkeren Konflikt mit den ethischen Normen der Redaktion stehen oder gestanden sind.

Der Befragungszeitraum erstreckte sich von 31. Oktober 2020 bis 24. November 2020. Nur eines der Interviews fand physisch statt, die restlichen habe ich aufgrund der Covid-19 Ausgangsbeschränkungen ausschließlich über Videotelefonie geführt. Der Terroranschlag am 2. November 2020 hatte ebenfalls Auswirkungen auf meine Arbeit – dieser stand gerade im gesellschaftlichen Diskurs und die Journalist*innen nannten ihn vermehrt als Beispiel für ethische Diskussionen in der Redaktion.

Das qualitative Leitfadeninterview basiert auf Erinnerungen der Journalist*innen. Es wurde vorab ein Leitfaden formuliert, welcher sich im Anhang dieser Arbeit befindet und in nachstehender Analyse ebenfalls zur Strukturierung dient.

Nach Erhebung der Interviews habe ich folgende Darstellung für die Einteilung der Aussagen erstellt. Dies diente mir für die Orientierung bei der Erstellung des Kategoriensystems. In der Darstellung wurde aus Gründen der Übersichtlichkeit auf die Unterscheidung zwischen wirtschaftlichem Medienunternehmen und inhaltlicher Redaktion verzichtet. Diese Unterscheidung sollte jedoch jedenfalls mitgedacht werden und findet auch im Folgenden Beachtung. Des Weiteren bezieht sich die Darstellung ausschließlich auf Zeitungen, könnte aber mit Streichung des Presserats auch auf Rundfunk und Fernsehen angewandt werden. Die Auswertung der Daten erfolgte nach Mayring.

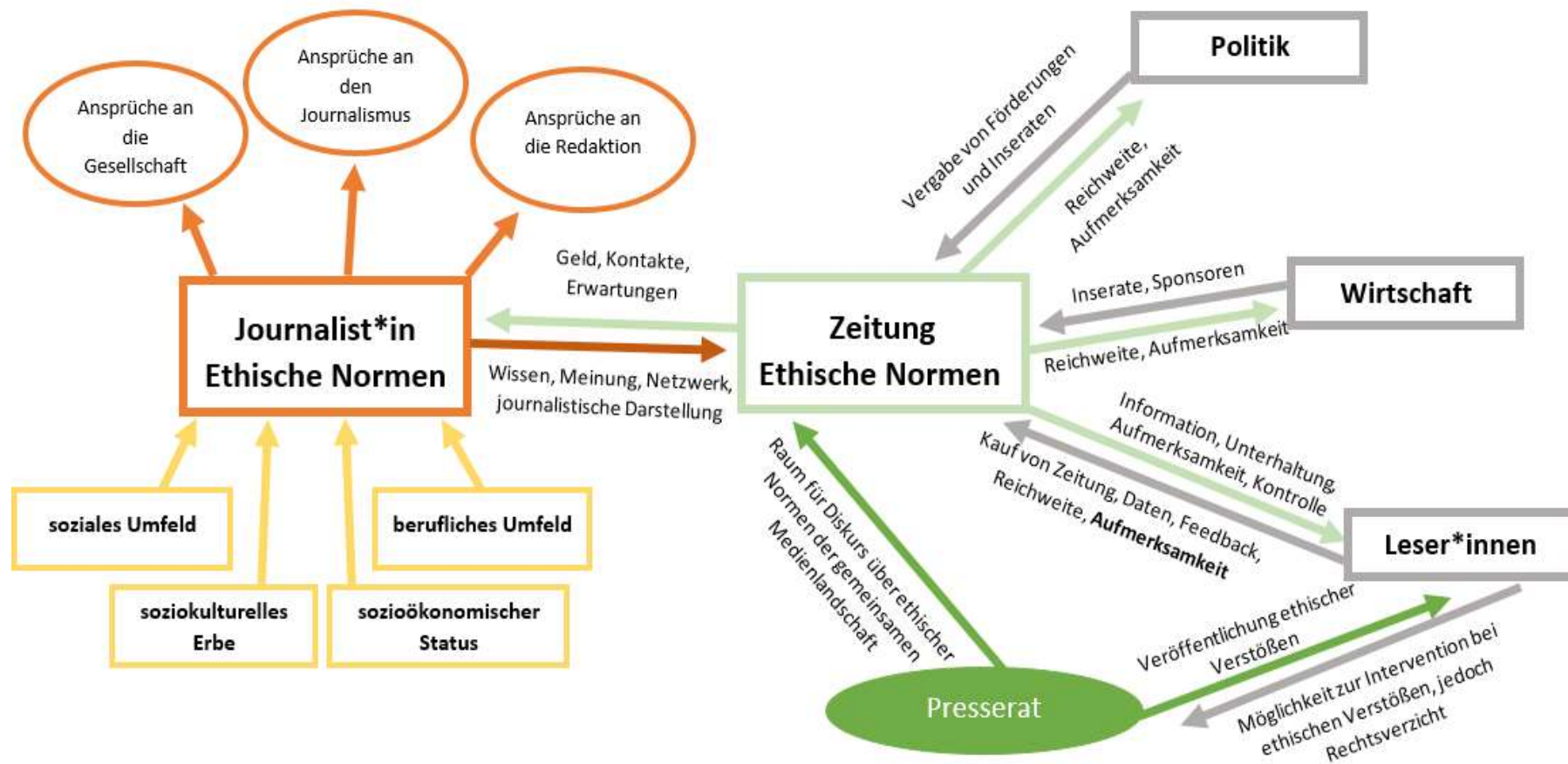


Abbildung 9 Eigene Darstellung der Abhängigkeiten

6.5 Auswertung, Darstellung der Ergebnisse

6.5.1 Akteur*innen im ethischen Diskurs und ihre Wirkung

FF1: Welche Beziehungen zwischen Akteur*innen fördern die Entstehung, Häufigkeit und den Ausgang von ethischen Diskussionen?

Die Einstiegsfrage für das Erhalten von Fallbeispielen war folgende: Können Sie sich an eine ethische Diskussion über einen Artikel/Beitrag erinnern, welche Ihnen besonders im Gedächtnis geblieben ist? (Verweis Leitfaden im Anhang) Auffällig bei der Beantwortung dieser Frage war, dass es nur eine einzige Journalistin gab, die kein konkretes Beispiel einer ethischen Diskussion in der Redaktion nennen konnte. Dies begründete sie damit, dass sie als Auslandskorrespondentin nicht in den redaktionellen Alltag der Zeitungen eingebunden sei. In der afrikanischen Berichterstattung mangle es keineswegs an ethisch relevanten Themen, nur die Diskussion über diese finde außerhalb der auftragsgebenden Redaktion statt. (Vgl. Journalistin 2, S.1)

„Es gab gewisse Themen, welche immer wieder aufkommen und aufkamen, bei welchen man im ständigen Diskurs mit Kollegen und Kolleginnen steht. In meinem Fall war das so, dass dieser mit anderen Auslandskorrespondenten und Auslandskorrespondentinnen stattgefunden hat und nicht mit Redaktionen, mit welchen ich zusammengearbeitet habe. Meine persönliche ethische Debatte auch mit mir selbst und mein eigenes ethisches Wachsen ist geformt durch Leute, mit denen ich im Arbeitsalltag zu tun gehabt habe.“ (Journalistin 2, S.1)

Besonders relevante ethische Fragen in der Krisen- und Kriegsberichterstattung betreffen laut der Journalistin die Darstellung in Wort und Bild. *„Das Thema in der afrikanischen Berichterstattung war häufig Hunger, Krise und Leid und da waren die ethischen Fragen, wie man dieses darstellt, wie stellt man es in Worten und Bildern dar?“ (Journalistin 2, S.1)*

Alle anderen Journalist*innen nannten konkrete ethisch relevante Fallbeispiele, wobei hier mit leichter Tendenz eher eine Diskussion über einen Artikel/Beitrag von einem/einer anderen Journalist*in (5:3) im Gedächtnis geblieben ist, bei welcher der/die interviewte Journalist*in sich aber an der Diskussion beteiligt hatte. Alle diese ethischen Diskussionen fanden jedenfalls zwischen Journalist*in und Redaktion statt.

In drei Fällen kam es zu einer konkreten Auseinandersetzung mit einem Vorgesetzten (alle männlich), die zu keinem Konsens zwischen den Akteur*innen der Diskussion führte und die

ich im Folgenden beschreibe. Ein Journalist berichtet davon, dass er bei einem Vorgesetzten auf ein fehlerhaftes ethisch relevantes Wording einer anderen Journalistin hingewiesen habe. Er war bei dem Medium freier Journalist.

„Die Frau D. hat in einem [...] Interview mit F. damals gesagt, die sogenannten Reichen in Österreich und ich habe dem damaligen Chef von ihr gesagt, was heißt die sogenannten – die sind doch reich? Kannst du ihr das sagen und er hat gesagt, ja, ich kann mit ihr reden. Nach vierzehn Tagen habe ich ihn gefragt: ‚Hast du schon mit der Frau D. geredet?‘ [...] Und dann hat er gesagt, ja, er kann ihr das doch nicht sagen.“ (Journalist 4, S. 1)

Der Vorgesetzte argumentierte dabei sein Nicht-Kommunizieren mit seiner eigenen Abhängigkeit zu seinem Vorgesetzten und dessen Beziehung zur Journalistin. Der Journalist hebt im Interview hervor, dass Kritik ‚nach unten‘ im Fallbeispiel nicht möglich gewesen sei und weist darauf hin, dass Kritik ‚nach oben‘ *„überhaupt nicht zu kommunizieren“* sei. Prinzipiell führte der Journalist die fehlende interne Kommunikation auf den „Deckmantel“ der Unabhängigkeit der Journalist*innen zurück. *„Es ist leider so, dass auch die interne kollegiale Kritik sehr schlecht ausfällt, es traut sich niemand jemand anders was zu sagen unter dem Deckmantel, es sind ja alle unabhängig.“* (ebda) Der freie Journalist konnte im Fallbeispiel seine ethischen Normen nicht erwirken.

Ein anderer Journalist geriet mit seinem Vorgesetzten aneinander, weil er in der Redaktionssitzung thematisierte, dass die Veröffentlichung eines Propagandavideos in Form eines verschriftlichen Beitrags keinen journalistischen Mehrwert bringe. Er war damals angestellter Journalist bei einem österreichischen Boulevardmedium.

„Es war mal wieder ein Propagandavideo des sogenannten Islamischen Staates aufgetaucht und da war dann die Aufgabe, die ich bekommen habe, einen Artikel darüber zu schreiben und ich habe das abgelehnt mit der Begründung, wenn wir das aufgreifen, dass wir dann redlich weitervertreiben und eigentlich nur das tun, was die Propaganda eben möchte und die Propaganda eben nur weiterverbreiten und dass es keinen journalistischen Mehrwert gibt, es zu zeigen oder es darzustellen, wie schlimm das alles ist.“ (Journalist 8, S. 1)

Er bewirkte damit lediglich, dass er diesen Artikel nicht selbst verfassen musste, doch der Artikel kam zum Druck, und der Chefredakteur selbst verfasste den Artikel anstelle des Journalisten. Argumentiert wurde diese Entscheidung damit, dass es ein Informationsinteresse gebe, *„dieses Video sei wichtig, damit sich die Menschen Gedanken darübermachen, was der Islamische Staat möchte und wie schlimm er ist.“* (ebda) Berufskolleg*innen des Journalisten reagierten darauf mit Verwunderung. *„Was man kann sich auch weigern? Ich meinte dann, ja mindestens einmal geht’s, aber öfter als einmal...?“* (ebda, S. 3) Die Weigerung wurde

jedenfalls dieses eine Mal vom Chefredakteur akzeptiert, und es gab in diesem speziellen Fall keine Konsequenzen für den Journalisten. Jedoch konnte er seine eigenen ethischen Normen und seine Ansprüche an den Journalismus in diesem Fallbeispiel nicht durchsetzen.

Das dritte Beispiel, bei welchem kein Konsens zwischen dem Journalisten und seinem Vorgesetzten gefunden wurde, fand darüberhinausgehend dann auch zwischen Redaktion und Wirtschaft statt. Jedoch steht die Differenz zwischen Journalisten und Vorgesetzten in diesem Kapitel im Vordergrund. Im Fallbeispiel wurde der Journalist für seine filmische Darstellung über „*Menschenversuche in Spitälern*“ (Journalist 7, S. 1) und im Besonderen für den nachfolgenden Vergleich von Pharmafirmen geklagt. „*Ich habe das dann in dem Film mit Menschenversuchen in der Nazizeit in den Konzentrationslagern verglichen.*“ (ebda) Sein höchster Vorgesetzter entzog ihm daraufhin den Rechtsschutz, jedoch stand sein direkter Vorgesetzter auf seiner Seite. „*Es gab dann eine komplizierte juristische Auseinandersetzung, die ich dann auch mit meinem Chef [...] gewonnen hab. Also es ist nichts passiert.*“ (ebda) Hier fällt das Ergebnis des Fallbeispiels schlussendlich zugunsten des Journalisten sowie der Erfüllung seiner ethischen Normen aus, ich führe dies jedoch auf die weiteren gesetzten Handlungsschritte zurück. Für dieses Kapitel ist die Beleuchtung der Diskrepanz zwischen Journalist*innen und Vorgesetzten von Bedeutung und in dieser konnte der Journalist eine Durchsetzung seiner ethischen Normen ohne weitere Handlungsschritte nicht erwirken. Der Journalist war damals bei einem österreichischen Rundfunkunternehmen beschäftigt.

Im nächsten Beispiel herrschte zwar innerhalb der Redaktion Einigkeit, aber sie führte darüberhinausgehend zu Kritik anderer Akteur*innen. Der Journalist führt aus, dass die Diskussion in der Redaktion war, ob man eine Geschichte über einen Toten mache und was das Kernthema der Geschichte überhaupt sei. Die Redaktion entschied ohne Gegenstimme, dass die Geschichte nicht war, „*dass es Gerücht gibt, was Anonym gemacht hat. Sondern die Geschichte war, dass die österreichische Regierung bis zum Kanzler [...] nach oben das Ganze zugedeckt hat und damit ein Verfahren verhindert hat – das war die Geschichte.*“ (Journalist 1, S. 2) Dies führte dann in weiterer Folge sowohl zu einer Diskussion mit den Wirtschaftlern des Wintertourismus als auch mit dem damaligen Sportminister,

„*die sich furchtbar aufgeregt haben, dass man sowas nicht macht, dass man eine österreichische Ikone, die schon tot ist, nicht beschädigt. Das war aber nicht die Geschichte, sondern wir wollten aufdecken, was der Staat zudecken wollte und deswegen kann man die Geschichte machen.*“ (Journalist 1, S. 2)

Aus diesem Fallbeispiel schließe ich, dass Einigkeit der Journalist*innen in einer Redaktion zum gewünschten Ergebnis und zur Verwirklichung der ethischen Normen der Journalist*innen führen kann.

Eine Journalistin nannte die Autorisierung von Interviews als einen weiteren diskutierten ethischen Bereich im Journalismus, welcher nicht nur zwischen Journalist*in und Redaktion sondern vor allem zwischen Journalist*in und Interviewpartner*in stattfindet. Sie nennt dazu drei Fallbeispiele, eines davon möchte ich nun zur Veranschaulichung darstellen. Dabei geht es um einen Artikel ihrer Kollegin für ein Magazin zum Thema Gewalt bei der Geburt.

„Inwiefern im Kreissaal – jetzt keine Übergriffe – aber jetzt einfach Dinge passieren, welche Frauen dann als gewalttätig empfinden oder als Gewalt an ihrem Körper oder an ihrer Seele empfinden.“ (Journalistin 3, S. 3) Dazu wurde unter anderen eine Gynäkologin interviewt, die dann aber bei der Autorisierung ihre Zitate aus dem Interview zurückzog, mit dem Argument *„das sei quasi eine Frechheit, was sie aus ihren Wortmeldungen gemacht hat. Teilweise sogar beleidigend – persönlich beleidigend, so dass man nicht nachvollziehen konnte, was da eigentlich das Problem ist.“* (ebda) Dieser Konflikt kam zu keiner Lösung und die Zitate der Gynäkologin wurden aus dem Artikel gestrichen, jedoch wurde dadurch eine Diskussion zum Umgang mit Interviewpartner*innen bei einer solchen Auseinandersetzung unter den Journalist*innen entfacht. Die Journalistin präzisiert, dass die Journalist*innen den Umgang je nach Interviewpartner*innen differenziert wählen sollten.

„Einer Person gegenüber, die sehr vulnerabel ist, der muss ich als Journalistin sehr entgegenkommen und mit der sensibel umgehen in der Gesprächsführung, mich an ihren Zeitplan anpassen usw. Am anderen Ende des Spektrums steht dann sowas wie ein Politiker, ein Pressesprecher, eine Künstlerin oder ein Künstler, wo ich der Meinung bin [...] deren Beruf ist es quasi medientaugliche Aussagen zu generieren, und wenn diese dann noch dreimal nach einer Autorisierung verlangen, dann werde ich irgendwann sagen, so geht das nicht.“ (Journalistin 3, S. 2)

Alle genannten ethischen Diskussionen fanden mindestens mit der Redaktion statt, für welche der/die Journalist*in tätig war. Auffällig ist, dass ethische Diskussionen mit der Führungsebene in keinem Fall zum für die Journalist*innen idealen Ergebnis geführt haben. Folgende Hypothesen haben sich aus der Beantwortung der Forschungsfrage durch die Interviews ergeben.

FF1: Welche Beziehungen zwischen Akteur*innen (A) fördern die Entstehung, Häufigkeit und den Ausgang von ethischen Diskussionen (B)? (Verweis zu Codebuch im Anhang)

H1.1: Je weniger Journalist*innen in den Redaktionsalltag eingebunden sind (A), desto weniger häufig finden ethische Diskussionen über deren Artikel/Beiträge in der Redaktion statt (B).

H1.2: Je weniger Journalist*innen in den Redaktionsalltag eingebunden sind (A), desto häufiger finden redaktionsübergreifend ethische Diskussionen statt (B).

H1.3: Wenn ethische Diskussionen ausschließlich mit der Führungsebene stattfinden (A), ist ein positiver Ausgang im Sinne einer Erfüllung der ethischen Normen der Journalist*innen unwahrscheinlich (B). (Verweis zu H 6.1)

H1.4: Je mehr öffentliches/wirtschaftliches/politisches Interesse zu einem Thema besteht (A), desto wichtiger ist die Einigkeit innerhalb der Redaktion für die Erreichung der ethischen Normen der Journalist*innen (B).

H1.5: Wenn Konflikte zwischen Journalist*innen und Interviewpartner*innen entstehen (A), dann wirkt dies förderlich für das Entstehen eines ethischen Diskurses innerhalb der Redaktion (B).

6.5.2 Ansprüche der Journalist*innen an eine ethisch journalistische Praxis

Im Interview hat sich gezeigt, dass Journalist*innen ethische Ansprüche an die journalistische Praxis, an die Medieninstitution und an die Gesellschaft stellen. Ich möchte zuerst auf den umfangreichsten Teil, die Ansprüche an die journalistische Praxis, eingehen und komme dann später zu den anderen Adressaten der Ansprüche.

6.5.2.1 Ansprüche der Journalist*innen an den Journalismus

FF2: Welche Inhalte von Berichterstattung sowie Arten von Journalismus kollidieren mit den Ansprüchen der Journalist*innen an die ethische journalistische Praxis?

Aus der Analyse der qualitativen Interviews haben sich mehrere ethisch relevante Themenbereiche herauskristallisiert. Diesen kommt starker Praxisbezug zu, weil sie von Journalist*innen in der Berufspraxis als ethisch problematisch gesehen werden.

Im Folgenden vergleiche ich die ethischen Ansprüche der Journalist*innen mit dem Pressekodex des *Österreichischen Presserats*. Aus der Analyse der Interviews hat sich als

Erstes **die Auswahl** der Themengebiete als ethisch kritischer Bereich hervorgetan. Die Journalist*innen haben dabei auf fehlende Objektivität bei der Auswahl hingewiesen.

„Was noch dazu zu sagen ist, ist die fehlende Objektivität bei vielen Fragen, die nicht nur jetzt die Texte betreffen, sondern es geht ja schon bei der Auswahl der Themen los. [...] Da muss man gar nicht unbedingt eine Schiefelage im Text selber haben, sondern es ist die Themenauswahl schwierig.“ (Journalist 8, S. 2)

Ein anderer Journalist thematisiert, dass die Auswahl von einer Wertung der Themen abhängt. *„Warum wird über das Massensterben an Malaria, dass heute stattfindet, nicht berichtet, aber aus jedem Land irgendwelche Horrorzahlen über Corona gezeigt? Auch das ist eine Wertung.“ (Journalist 7, S. 2)* Aus wissenschaftlicher Sicht liegt die Antwort in den Nachrichtenfaktoren Nähe und Identifikation. Der Nachrichtenfaktor Nähe umfasst nicht nur die geographische Nähe, sondern auch die *„politische und kulturelle Nähe und ermittelt abhängig von dieser Grundlage die Relevanz, also die Bedeutung des Ereignisses und den Grad der Betroffenheit.“ (Schulz zitiert nach Dernbach)*

Im Grunde ist unter Auswahl ebenfalls die **Ausgewogenheit** in der Berichterstattung zu subsumieren. Ein Journalist erwähnt, dass die Ausgewogenheit besonders in der innenpolitischen Berichterstattung von großer Relevanz sei.

„In der innenpolitischen Berichterstattung geht es ja oft um das Thema oder vor allem um das Thema Ausgewogenheit in der Berichterstattung [...]. Bei einem Medium war es dann doch relativ klar, dass die jeweilige regierungsverantwortliche Partei und deren Mitglieder durchaus anders behandelt wurden - journalistisch, als sie jetzt die Opposition oder bestimmte Teile der Opposition.“ (Journalist 5, S. 1)

Interessant ist, dass im Pressekodex weder die Auswahl noch die Ausgewogenheit explizit angeführt sind. Stattdessen lässt sich die Auswahl eventuell unter Punkt 11 *Interessen von Medienmitarbeitern* einordnen, jedoch ist dieser sehr allgemein formuliert und übersteigt die bloße Auswahl der Themen. *„Die Presse wird ihrer besonderen Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit nur dann gerecht, wenn private und geschäftliche Interessen von Medienmitarbeitern keinen Einfluss auf redaktionelle Inhalte haben.“ (Österreichischer Presserat, 2019: S. 4)* In diesem Absatz wird die Unabhängigkeit der Journalist*innen als ethisch relevantes Kriterium thematisiert. Ebenso könnte die Auswahl in den Teilpunkt 4.4 des Kodex fallen, falls wirtschaftliche Interessen einer unethischen Auswahl/Ausgewogenheit zugrunde liegen. *„Wirtschaftliche Interessen des Verlages dürfen redaktionelle Inhalte nicht in einer Weise beeinflussen, die Fehlinformationen oder Unterdrückung wesentlicher Informationen zur Folge haben könnte.“ (Österreichischer Presserat, 2019: S. 2)* Dass die

Auswahl und die Ausgewogenheit keine Erwähnung im Pressekodex finden, könnte meines Erachtens nach daran liegen, dass dieser zur Regulierung dient und die Auswahlkriterien eines Artikels/Beitrags nicht im journalistischen Endprodukt ersichtlich sind. Gegen dieses Argument spricht jedoch, dass sich im Pressekodex weitere Kriterien wie zum Beispiel die Materialbeschaffung finden, die ebenfalls nicht im Endprodukt erkenntlich sind. Ich nehme an, dass ein Verhaltenskodex zu Auswahl und Ausgewogenheit zwar geschrieben, jedoch nicht reguliert werden könnte. Außerdem vermute ich, dass Ausgewogenheit innerhalb eines Artikels ein beinahe unerreichbares Ziel darstellt, da zu einem Thema viel mehr Meinungen im Umlauf sind, als eingeholt und abgedruckt werden können. Um die Auswahl und Ausgewogenheit zu überprüfen, bräuchte es einen breitgefächerten Überblick zu Themen und eine ganzheitliche Betrachtung von einzelnen Medien. Der Presserat reagiert aber in erster Linie auf Mitteilungen und Beschwerden und überprüft die österreichischen Printmedien nicht in Eigenregie auf ihre ethischen Standards.

Des Weiteren wurde von interviewten Journalist*innen die **Überprüfung der Richtigkeit von Informationen** als Kriterium für eine ethisch journalistische Praxis genannt. Im Pressekodex habe ich dazu den Punkt 2.1 gefunden, welcher jenes Kriterium gut abdeckt. *„Gewissenhaftigkeit und Korrektheit in Recherche und Wiedergabe von Nachrichten und Kommentaren sind oberste Verpflichtung von Journalisten.“* (Österreichischer Presserat, 2019: S. 1) Als ein weiteres Kriterium nannten die Journalist*innen **Artikelauslegung/Spin/Auswertung**. Dieses Kriterium findet sich wie auch die Überprüfung der Richtigkeit unter dem Punkt 2.1 subsumiert.

Ein Journalist spricht davon, dass besonders die Auslegung der Artikel problematisch sei. Seine Aussage bezieht sich in diesem Fall auf ein österreichisches Boulevardmedium, bei welchem er als angestellter Journalist arbeitete.

„Noch schwieriger waren Thematiken, [...] wo man nicht verlangt hat von mir und anderen Redakteuren und Redakteurinnen zu manipulieren, sondern da ging es, um [...] die Journalistische- oder die Artikelauslegung – also um den Spin und das waren dann die Grauzonen.“ (Journalist 5, S. 2)

Die Journalist*innen berichten aber nicht nur davon, dass die Richtigkeit von Informationen bei manchen österreichischen Nachrichtenproduzent*innen nicht überprüft werden, sondern auch davon, dass sie sogar bewusst verfälscht werden. Einer der Journalisten gab an: *„[...] dort gibt es Artikel, die nicht einmal durch eine weitere Hand gegangen sein können. Da gibt es faktisch Falsches, da ist Erfundenes drinnen und die haben ganz klar eine Schlagseite.“* (Journalist 1, S.4) Der Journalist äußert im Zitat seine Meinung und hat keinen beruflichen

Bezug zur genannten österreichischen Boulevardzeitung. Ein weiterer Journalist erzählt von seiner eigenen beruflichen Erfahrung bei einer österreichischen Boulevardzeitung und deren bewusster Handhabung der Falschdarstellung.

„[...] das habe ich ja persönlich mitbekommen, wie das dort funktioniert. Da wird einfach aus dem kleinsten Ding irgendwas gedreht, da werden Statistiken falsch dargestellt – Verbrechen zum Beispiel. [...] Es sitzen mehr Österreicher im Gefängnis als Menschen mit Migrationshintergrund und dann ist der Balken halt irgendwie verschieden – irgendwie so.“ (Journalist 6, S. 4)

Beim genannten Kriterium Artikelauslegung/Spin/Auswertung ist außerdem spannend, dass sich sämtliche Aussagen der Journalist*innen auf ein österreichisches Boulevardmedium beziehen.

Journalist*innen nennen **die Darstellungen in Bild und Wort** als einen weiteren wichtigen ethischen Diskussionsbereich. Diesen Punkt ordne ich unter 5.1. des Pressekodex ein. *„Jeder Mensch hat Anspruch auf Wahrung der Würde der Person und auf Persönlichkeitsschutz.“* (Österreichischer Presserat, 2019: S. 3)

Auffällig ist bei dem Kriterium der Darstellung in Bild und Wort, dass dieses am stärksten von der Auslandskorrespondentin thematisiert wurde. Auch andere Journalist*innen nannten dieses Kriterium, was ich unter anderem auf die Aktualität des Terroranschlags in Wiens zum Zeitpunkt des Interviews zurückführe.

Wie bereits unter der ersten Forschungsfrage erwähnt, ergab sich aus der Analyse der Interviews, dass der **Umgang mit Interviewpartner*innen** ebenfalls ethisch relevante Fragen aufwirft. An dieser Stelle möchte ich nochmals darauf verweisen, um auch diesen Punkt mit dem Ehrenkodex des Presserats abzugleichen.

„Viel mehr ethischer Diskurs findet eigentlich oder hat stattgefunden, viel gefestigter auch, meinen Interviewpartnern und -partnerinnen gegenüber, also mit den Leuten, mit denen ich zusammenarbeite, was deren Persönlichkeitsrechte angeht, aber auch wie gehe ich mit den Menschen als Menschen und emotional um.“ (Journalistin 2, S. 5)

Interessant ist, dass die ethische Debatte zwischen Journalist*in und Interviewpartner*in besonders stark von den zwei interviewten Journalistinnen thematisiert wurde. Männliche Journalisten nannten dieses Thema am Rande oder gar nicht, wohingegen beide Frauen im Interview einen klaren Fokus darauf legten. Ich ordne den Umgang mit Interviewpartner*innen wie bereits die Darstellung in Bild und Wort unter 5.1. des Ehrenkodex ein, welcher sich auf die Wahrung der Würde der Person und des

Persönlichkeitsschutzes konzentriert. Ebenfalls scheint 6.1. „*Die Intimsphäre jedes Menschen ist grundsätzlich geschützt.*“ (Österreichischer Presserat, 2019: S. 3) Bedeutung zu haben.

Als ethisch beachtenswert gaben die Journalist*innen ferner die **Informationsbeschaffung** an. Sie nannten mehrere Methoden als ethisch bedenklich. Im Ehrenkodex des Presserats findet man hierzu Punkt 8. Materialbeschaffung. „*Bei der Beschaffung mündlicher und schriftlicher Unterlagen sowie von Bildmaterial dürfen keine unlauteren Methoden angewendet werden.*“ (Österreichischer Presserat, 2019: S. 3) Im nächsten Punkt werden die unlauteren Methoden näher beschrieben „*Unlautere Methoden sind z.B. Irreführung, Druckausübung, Einschüchterung, brutale Ausnützung emotionaler Stress-Situationen und die Verwendung geheimer Abhörgeräte.*“ (ebda: S.3)

Konkrete Beispiele aus den Interviews waren unter anderen Einmischungen der Journalist*innen während eines polizeilichen Einsatzes.

„*Da gab es eine Geiselnahme in einer Bank auf der Mariahilferstraße, das ist schon lang her [...]. Dort hat [...] eine Zeitung, ein Kollege, der mittlerweile nicht mehr dort ist, auf der Bank angerufen und hat dann mit dem Geiselnahmer telefoniert. Das war dann auch gleich online ventiliert. Das war glaube ich nicht sehr schlau.*“ (Journalist 9, S. 5)

Diese ethische Problematik ist nicht unter den angeführten Beispielen des Presserats der unlauteren Methoden zu finden, jedoch wird mit ‚z.B.‘ ein Raum für andere unlautere Methoden in der Formulierung offengehalten. Besonders während des Terrorangriffs im November 2020 in Wien war auch die Veröffentlichung von Informationen während polizeilicher Ermittlungen Thema. Die Polizei Wien bat während des Einsatzes öffentlich auf ihrem Twitteraccount darum, keine Videos und Fotos in sozialen Medien zu posten, da dies sowohl Einsatzkräfte als auch die Zivilbevölkerung gefährde (vgl. Polizei Wien, 2020). Dennoch veröffentlichten einige Medien ethisch fragwürdiges Material und es gingen über 1000 Beschwerden beim Presserat ein (vgl. Warzilek, 2021).

Ein anderer Journalist spricht über die Verwertung von Interviewmaterial in einem anderen Kontext als dem Interviewpartner angegeben, was unter Irreführung fällt. „*Er habe da Fragen eingeflochten, wie ist das da eigentlich [...], wie ist denn der Herausgeber? [...] Diese Antworten [...] hat er dann eingeflochten in einen Artikel und zwar anonymisiert.*“ (Journalist 5, S. 7) Auf Rückfrage habe der Journalist, welcher den Artikel verfasst hatte, dann argumentiert „*dieser Jäger sei Teil des Programms, weil man will ja sozusagen nur zeigen, was er selbst für Methoden anwendet und das war für mich vollkommen daneben.*“ (ebda)

Das Angebot der Unterschlagung von Informationen bei Kooperation fällt unter die Druckausübung und wurde ebenfalls in den Interviews als ethisch bedenkliche Praxis der Materialbeschaffung genannt.

„Das war eine gängige Praxis auch im investigativen Journalismus. Ich habe gegen den Herrn Stadtrat Y Informationen, dass er bei bestimmten Auftragsvergaben nicht korrekt gehandelt hat, weiß aber, dass der Stadtrat X eigentlich viel größere Sauereien begangen hat, nur habe ich da keine Information. Und dann gehe ich zum Y und sage, ich habe diese Informationen über Sie, ich muss die nicht bringen, können Sie mir helfen über den Stadtrat X entsprechende Informationen zusammenzutragen, weil der ja wirklich ein Schwein ist – also eigentlich Erpressung. Da lässt man dann sozusagen Information aus, wenn dieser Mensch einem selber hilft, Informationen zu beschaffen“ (Journalist 7, S. 3)

Als ein weiteres Beispiel der unethischen Materialbeschaffung nennt ein Journalist das Erfinden von Interviews und infolge einer Anfrage der Betroffenen nach Richtigstellung die Drohung über zukünftige Negativberichterstattungen. Dies ist ein Beispiel für Einschüchterung. Wenn sich die vermeintlichen Interviewpartner*innen bei der Redaktion beschwerten, kam im Gegenzug *„Wollt ihr da wirklich was dagegen tun? Dann haben wir euch die nächsten Jahre am Kieker und das wird nicht sehr gut für euch werden.“* (Journalist 7, S.1) Der Journalist spricht über ein österreichisches Magazin, bei welchem er selbst nicht angestellt war. Hierzu findet sich im Presserat unter dem Punkt Genauigkeit noch eine weitere Verhaltensregel, die von Interesse ist. *„Sobald einer Redaktion zur Kenntnis gelangt, dass sie eine falsche Sachverhaltsdarstellung veröffentlicht hat, entspricht eine freiwillige Richtigstellung dem journalistischen Selbstverständnis und Anstand.“* (Österreichischer Presserat, 2019: S. 2)

Festzuhalten ist, dass alle genannten Fallbeispiele zeitlich bereits Jahre zurückliegen. Aktuelle Beispiele von unlauteren Methoden bei der Materialbeschaffung wurden hingegen von den Interviewpartner*innen nicht genannt.

Den nächsten Punkt habe ich im Kategoriensystem als **Bewusstsein über die eigene Meinung** betitelt. Dieser findet sich auch im Pressekodex unter **11. Interessen von Medienmitarbeitern** wieder. In diesem Absatz heißt es: *„Die Presse wird ihrer besonderen Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit nur dann gerecht, wenn private und geschäftliche Interessen von Medienmitarbeitern keinen Einfluss auf redaktionelle Inhalte haben.“* (ebda: S. 4) Im Pressekodex ist die Rede davon, dass Interessen der Medienmitarbeiter*innen keinen Einfluss auf die Berichterstattung nehmen dürfen. Dies setzt für mich die Bewusstwerdung der eigenen Interessen voraus. Zur Unterstreichung dieses

Gedankens noch ein Zitat aus einem der Interviews. „*Ganz unabhängig von der Blattlinie und den wirtschaftlichen Einflüssen habe ich eine eigene Meinung und ich bin nicht gefeit davor, die auch mitunter in die Berichterstattung zu packen und dessen sollte man sich bewusst sein.*“ (Journalist 5, S. 8)

Die interviewten Journalist*innen nannten des Öfteren den Grundsatz **audiatur et altera pars**, das Anhören der anderen Seite, als ethische relevante Praxis während der Entstehung eines Artikels oder Beitrags. Ein Journalist spricht im Interview über interne Regeln, einen Code of Conduct, welcher ebenfalls beinhaltet „*dass man klärt, ob das so sein kann und so war und dann möglichst beide Seiten zu Wort kommen lässt [...].*“ (Journalist 9, S. 4) Ein weiterer Journalist meint, dass das Anhören der Gegenseite, sowohl die Geschichte besser mache, als auch das Medienunternehmen rechtlich schütze.

„Bei uns ist es so, dass jeder der in einer Geschichte vorkommt, jede Institution, jeder Mensch, kontaktiert wird und eine Stellungsname dazu abgeben darf. [...] Das machen wir nicht nur, weil es Geschichten besser macht, wenn man die Gegenseite hört, sondern wir machen es auch um uns da rechtlich abzusichern. Es muss gar nicht falsch sein, was da drinnen steht, aber die Person darf sowieso verlangen, dass sie dazu etwas sagen darf.“ (Journalist 1, S. 3)

Hierzu findet sich im Ehrenkodex unter 2.3. folgende Ausführung, die sich jedoch nur auf die Schuldzusprechung bezieht und nicht prinzipiell ein Kriterium ethischen Journalismus darstellt.

„Beschuldigungen dürfen nicht erhoben werden, ohne dass nachweislich wenigstens versucht worden ist, eine Stellungnahme der beschuldigten Person(en) oder Institution(en) einzuholen. Handelt es sich um die Wiedergabe einer öffentlich erhobenen Beschuldigung, ist dies deutlich kenntlich zu machen.“ (Österreichischer Presserat, 2019: S. 2)

FF2: Welche Inhalte von Berichterstattung sowie Arten von Journalismus (C) kollidieren mit den Ansprüchen der Journalist*innen an die ethische journalistische Praxis (D)?

H2.1: Je stärker der berufliche Bezug der Journalist*innen zu einem Boulevardmedium ist/war (C), desto häufiger nannten die Journalist*innen Überprüfung der Richtigkeit sowie Artikelauslegung/Spin/Auswertung als ethisch relevante Kriterien im Journalismus (D).

H2.2: Je stärker ein Medium Boulevardjournalismus betreibt (C), desto wahrscheinlicher ist die Nichterfüllung der journalistischen Ansprüche (etwa Falschdarstellung von Informationen) (D).

H2.3: Je tragischer die Ereignisse der Berichterstattung sind (C), desto präsenter sind die ethischen Fragen zur Darstellung in Bild und Wort (D).

H2.4: Je aktueller polizeiliche Ermittlungen zu einem Ereignis sind (C), desto drängender sind ethische Fragen zu Materialbeschaffung und Persönlichkeitsschutz (C).

Zusatz: Abgleich mit dem Ehrenkodex des Österreichischen Presserats

Zusätzlich habe ich die Ansprüche der Journalist*innen an eine ethische journalistische Praxis mit den Kriterien des Ehrenkodex des Österreichischen Presserats in der Auswertung abgeglichen.

- Interessant war vor allem, dass die Kriterien Auswahl und Ausgewogenheit besonders in Bezug auf Boulevardjournalismus als ethische Schwierigkeit von Journalist*innen mehrfach genannt wurden, diese Kriterien sich jedoch nicht im Ehrenkodex wiederfinden.
- Des Weiteren ist unter den Beispielen der unlauteren Methoden die Materialbeschaffung während aktueller polizeilicher Ermittlungen nicht angeführt. Während des Terroranschlags in Wien erhielt der Österreichische Presserat so viele Beschwerden wie noch nie zuvor. Gerade dieses Ereignis hat gezeigt, dass es auch hier klare Regeln für den Journalismus benötigt. Deswegen wäre meiner Ansicht nach eine Erweiterung des Kataloges der unlauteren Methoden sowohl um den Bereich der Materialbeschaffung als auch um das Thema Veröffentlichungen während polizeilicher Einsätze durchaus sinnvoll.
- Außerdem gilt das Anhören der anderen Seite in der Praxis als Kriterium für ethischen Journalismus. Im Pressekodex findet sich hingegen nur die Anhörung von Beschuldigten, diese ist jedoch bereits im Medienrecht verankert.

Aus dem Vergleich habe ich eine weitere Hypothese abgeleitet. Da ich die Gründe für das Nichtanführen der Kriterien Auswahl und Ausgewogenheit nicht kenne, vermute ich Folgendes:

H2.1.1: Je stärker sich ethisch relevante Ansprüche (Ausgewogenheit und Auswahl) der Überprüfbarkeit entziehen, desto weniger wahrscheinlich finden sich diese im Verhaltenskodex des Presserats wieder.

6.5.2.2 Ansprüche der Journalist*innen an die Strukturen der Medieninstitution

FF3: Welche institutionellen Merkmale kollidieren mit den Ansprüchen der Journalist*innen an die ethisch journalistische Praxis?

Die Ansprüche der interviewten Journalist*innen an die Institution und die Gesellschaft fallen in der Analyse relativ gering aus. Im Folgenden möchte ich die Ansprüche an die Redaktion beziehungsweise an die Struktur von Medienunternehmen aufzeigen, die als wichtig für die Gewährleistung von Ethik in der journalistischen Praxis gesehen werden. Es wird mehr Diversität bei den Mitarbeiter*innen von Medienunternehmen verlangt, jedoch wurde hier keine Argumentation genannt wie sich Diversität auf die journalistische Praxis auswirken würde, weswegen im Folgenden keine Hypothese generiert wurde. Öfters zur Sprache kam außerdem die klare Trennung von Wirtschaft und Redaktion als ethisch relevanter Anspruch an die Struktur eines Medienunternehmens. Es ging einerseits um die eigene Unternehmenskommunikation der Redaktion „*Was ist jetzt Unternehmenskommunikation und was ist Berichterstattung?*“ (Journalistin 3, S. 6) und andererseits um „*die Versuchung irgendjemandem nach dem Mund zu reden, der auch ein großer Inserent ist.*“ (Journalist 7, S. 2).

FF3: Welche institutionellen Merkmale (E) kollidieren mit den Ansprüchen der Journalist*innen an die ethisch journalistische Praxis (F)?

H3.1: Je eindeutiger die Trennung von Wirtschaft und Redaktion der Medieninstitution ist (E), desto leichter ist es für die Journalist*innen ethisch journalistische Ansprüche zu erfüllen (F).

6.5.2.3 Ansprüche der Journalist*innen an die Gesellschaft

FF4: Welche gesellschaftlichen Merkmale kollidieren mit den Ansprüchen der Journalist*innen an die ethisch journalistische Praxis?

Als Anspruch an die Gesellschaft hat ein Journalist die stärkere Medienpräsenz von Frauen genannt. Er hatte sich dafür auch innerhalb der Redaktion eingesetzt, stieß jedoch nicht beim Medienunternehmen, sondern gesellschaftlich an Grenzen. Im Interview stellte sich heraus, dass die Präsenz von mehr Frauen von den Frauen selbst unterbunden wurde. Trotz des gemeinsamen Ziels des Journalisten und der Redaktion mehr Frauen auftreten zu lassen, waren es Männer, welche Interviewanfragen annahmen und Frauen, die ablehnten. Der

Interviewte spricht über seine berufliche Erfahrung als freier Journalist bei einem österreichischen Rundfunkanbieter.

„Das war ein externes Problem, denn tendenziell, wenn man Frauen eingeladen hat, auch Universitätsprofessoren haben die gesagt, ich habe schon drei Jahre nicht mehr an diesem Thema gearbeitet und wollen Sie nicht den nehmen? Haben dann einen Mann vorgeschlagen.“ (Journalist 4, S. 2)

In diesem Beispiel ist ersichtlich, dass auch die Ansprüche der Journalist*innen von der Gesellschaft abhängen.

FF4: Welche gesellschaftlichen Merkmale (G) kollidieren mit den Ansprüchen der Journalist*innen an die ethisch journalistische Praxis (H)?

H4.1: Je weniger verankert die gesellschaftlichen Ideale der Journalist*innen in der Gesellschaft sind (G), desto weniger wahrscheinlich können diese in der journalistischen Praxis umgesetzt werden (H).

6.5.2.4 Ansprüche der Journalist*innen an den Markt

FF5: Welche Spezifika des aktuellen Marktes kollidieren mit den Ansprüchen der Journalist*innen an die ethisch journalistische Praxis?

Es wird von Journalist*innen erwartet, dass sie Informationen, die sie bekommen, bewerten und abwägen, ob eine Veröffentlichung einen Mehrwert für die Gesellschaft birgt oder beispielsweise doch nur den Interessen der Informant*innen mit einem Abdruck/Ausstrahlung gefolgt wird. Da Informant*innen ihre Interessen und Abhängigkeiten nicht offenlegen müssen, entsteht eine Schwierigkeit für die Journalist*innen in der Bewertung von Informationen. Einer der interviewten Journalisten schlug im Interview eine **Offenlegung der Interessen der Informanten*innen** vor.

„Diese Prüfung gibt es mittlerweile in wissenschaftlichen Publikationen nach vielen Skandalen in Nature und Science, da steht dann immer drunter, der Autor muss offenlegen, ob er mit den Firmen oder Interessen, über die er gerade berichtet, in irgendeinem wirtschaftlichen Verhältnis steht. Und das könnten die Medien überall einfordern und sagen, wenn du von mir interviewt werden willst, musst du mir sagen, mit wem du in Wirtschaftsbeziehungen stehst.“ (Journalist 7, S. 5)

Ob dieser Vorschlag in der Praxis umzusetzen wäre, bleibt offen. Jedenfalls wäre es aus meiner Sicht nicht nur für die Journalist*innen, sondern auch für die Leser*innen eine Erleichterung für die richtige Bewertung und Einordnung der Informationen.

Des Weiteren ist besonders im tagesaktuellen Journalismus die **Neuheit** eine nennenswerte Problematik. Es wird von der Medieninstitution, aber auch von Leser*innen erwartet, dass Journalist*innen Nachrichten produzieren. Sie stehen somit unter Druck abzuliefern, obwohl es eventuell keine Neuigkeiten gibt. Sie sind abhängig davon, dass täglich etwas geschieht, was berichtenswert ist, wie auch die folgende Aussage eines Journalisten erkennen lässt: *„Ich [...] bin dann am nächsten Tag in diese Redaktionssitzung gegangen, war auch sehr stolz beziehungsweise erleichtert, dass wir eine Geschichte haben [...]“*. (Journalist 5, S. 3)

Als weitaus häufigste Problematik wurde die **Geschwindigkeit** genannt.

„Ich glaube, die Geschwindigkeit ist abtrünnig im Journalismus. Es geht ja im Qualitätsjournalismus weiterhin darum, dass man auch die andere Seite hört und je schneller es wird, und man hat es sehr gut gesehen auf Social Media bei diesen Terroranschlägen, wo auch die Meinungsmacher des Landes mit irgendwelchen Gerüchten rausgehen [...], weil die Dynamik so wahnsinnig schnell wird, dass sich der niemand mehr entziehen kann. Ich glaube, dass ist ein grundsätzliches Thema im Journalismus - die Geschwindigkeit.“ (Journalist 5, S. 4)

Es handelt sich hierbei besonders um eine strukturelle Schwierigkeit, die sich in den letzten Jahren durch Finanzierungsprobleme des Journalismus als auch durch das stärkere Aufkommen des Internetjournalismus bedeutend verändert hat. Seit geraumer Zeit dünnen die Redaktionen aufgrund von finanziellen Schwierigkeiten ihr Personal aus, und es gibt generell die gleiche Arbeit oder sogar mehr Arbeit für immer weniger Journalist*innen. *„Seit der ersten Gesamterhebung für den ersten Report im Jahr 2006 ist die Zahl der professionellen JournalistInnen in Österreich um ein Viertel auf rund 5.350 zurück gegangen.“* (Medienhaus Wien, 2020)

Außerdem ist der Druck erhöht, schneller mit Informationen rauszugehen, vor allem bei Nachrichten mit besonders hohem Nachrichtenwert wie z.B. einem Terroranschlag. *„Im Adrenalin gehen Meldungen raus, bei welchen man, nachdem man zwei Mal tief Luft geholt hat, sich denkt, nein, das geht nicht.“* (Journalistin 2, S. 4) Ich nehme an, dass Social Media Kanäle wesentlich in die Dynamik mit hineinspielen. Erschwerend hinzu kommt, dass diese Informationen oft bereits im Internet publik sind und sich die Frage des Filterns somit nur noch auf das eigene Medium bezieht und weniger eine gesamtgesellschaftliche Frage darstellt.

Ebenfalls in einem Spannungsverhältnis mit der journalistischen Ethik steht die **Quote**. Ein Journalist erwähnt im Interview, *„es ging wahnsinnig stark um Einschaltquote und nicht um den Bericht.“* (Journalist 4, S. 1) Der jahrelange Herausgeber der *Kronen Zeitung*, Hans Dichand, sagte einst in einem Interview, dass die *Kronen Zeitung* niemals gegen die Mehrheit

schreibe. (Vgl. Thurnher IN: Bruck, 1991, S: 42) Die Ausrichtung von Nachrichten nach ihrer Mengentauglichkeit steht ebenfalls in Konflikt mit einer ethisch journalistischen Praxis.

FF5: Welche Spezifika des aktuellen Marktes (I) wirken laut Journalist*innen negativ auf die ethisch journalistische Praxis (J)?

H 5.1: Je intransparenter die Interessen von Informant*innen sind (I), desto schwieriger ist die Bewertung von Informationen für die Journalist*innen und die Gesellschaft (J).

H 5.2: Je stärker Informationen mit hohem Nachrichtenwert bereits auf sozialen Medien kursieren (I), desto schwieriger ist es für die Journalist*innen die Informationen zurückzuhalten (J).

6.5.3 Weitere Handlungsschritte nach Auseinandersetzungen mit der Führungsebene

FF6: Welche Folgen haben weitere Handlungsschritte der Journalist*innen nach einer ethischen Auseinandersetzung mit der Führungsebene?

Als nächste Kategorie habe ich mir den Umgang von Journalist*innen bei ethischer Diskrepanz mit der Leitung angesehen. Ich habe bereits am Anfang der Analyse folgende Hypothese gebildet: **H1.3:** Wenn ethische Diskussionen ausschließlich mit der Führungsebene stattfinden, ist ein positiver Ausgang im Sinne einer Erfüllung der ethischen Normen der Journalist*innen unwahrscheinlich.

Ich habe mir darauffolgend angesehen, welche weiteren Handlungsschritte den Journalist*innen in solchen Fällen in der Praxis geblieben sind. Die Grundvoraussetzung, um überhaupt eine ethische Diskussion anzuregen, ist das Thematisieren. Als weitere Handlungsspielräume haben sich eine **juristische Auseinandersetzung**, ein **Streik der Redaktion** sowie eine **Verweigerung** den Artikel zu verfassen herauskristallisiert. Außerdem gab ein Journalist an, dass die Redaktion bei Veröffentlichungen mit ethischen Bedenken in Folge Themen wählte, die zur **Gegenaufklärung** gedacht waren, so dass eine andere Perspektive zur ethisch diskutierten Darstellung aufgezeigt werden konnte. Diese vier Beispiele führten für die jeweiligen Journalisten (alle männlich) zu einem besseren Ergebnis, als es ohne die jeweilige Handlung der Fall gewesen wäre.

Interessant war ferner, dass auch das **Schweigen** als eine häufige Handlungsmöglichkeit genannt wurde, jedoch hatte dies sehr unterschiedliche Beweggründe. Bei einem war es ein gelernter Prozess, eine Art Resignation, nachdem er ein Jahr ohne Erfolg versucht hatte,

Themen anzusprechen. „*Ich glaube, nach ca. einem Jahr habe ich aufgehört Vorschläge zu machen, weil es eh wurscht ist.*“ (Journalist 8, S. 2) Der Journalist bezieht sich auf seine Anstellung bei einer österreichischen Boulevardzeitung. Bei einem anderen wurde das Schweigen über bestimmte Themen bereits als eine nicht zu bezweifelnde ethische Norm der Redaktion anerkannt. Auch hier geht es um eine österreichische Boulevardzeitung. „*Wir durften nichts Negatives über Sebastian Kurz schreiben [...], das hat man uns so gesagt.*“ (Journalist 6, S. 5). Ein weiterer Journalist informierte, dass er zufällig und nebenbei darauf hingewiesen wurde, was er nicht schreiben solle. Das Schweigen führte in diesem Fall zu keiner Verbesserung für die Journalisten. Die drei Journalisten arbeiten heute alle nicht mehr bei dem im Fallbeispiel genannten Arbeitgeber.

FF6: Welche Folgen (G) haben weitere Handlungsschritte der Journalist*innen nach ethischen Auseinandersetzung mit der Führungsebene (H)?

H6.1: Wenn weitere Handlungsschritte trotz ethischer Diskrepanz mit der Führungsebene gesetzt werden (K), ist eine Verbesserung zugunsten der ethischen Normen der Journalist*innen wahrscheinlich (L).

H6.2: Je geschlossener die Journalist*innen in einer Redaktion weitere Handlungsschritte setzten (K), desto wahrscheinlicher ist das Erreichen einer gemeinschaftlichen ethischen Norm (L).

H6.3: Je häufiger die ethischen Normen der Arbeitgeber*innen mit denen der Journalist*innen kollidieren (K), desto eher beginnen die Journalist*innen infolgedessen zu schweigen (L).

H6.4: Je häufiger ein Journalist seine eigenen ethischen Normen verschweigt (K), desto wahrscheinlicher ist in Folge der Wechsel zu einer anderen Zeitung (L).

6.5.4 Diskussionskultur in Österreichs Redaktionsräumen

FF7: Welche Faktoren hindern an einer reichen Diskussionskultur in österreichischen Redaktionsräumen?

Diesbezüglich habe ich mir in der Analyse angesehen, wie Journalist*innen die Diskussionskultur in den Redaktionsräumen bewerten. Dabei habe ich zwischen freien Journalist*innen, Journalist*innen in Anstellung und in Leitung unterschieden. Ich gehe

davon aus, dass das Anstellungsverhältnis Auswirkung auf die Identifikation mit der Redaktion zeigt und vermute, dass der tägliche Kontakt zu einer stärkeren Bindung beiderseits führt.

Freie Journalist*innen spüren häufiger keinen Gegenwind. Wie bereits anfangs erwähnt, diskutiert die Auslandskorrespondentin keine ethischen Belange mit der Redaktion und führt dies auf einen Vertrauensvorschuss in ihrer Funktion sowie auf erarbeitetes Vertrauen zurück. Auch gibt sie an, dass unter anderem fehlende Zeit und Expertise für ihre sehr speziellen Themen Gründe dafür sein könnten. (Vgl. Journalistin 2, S. 2) Ein weiterer freier Journalist bewertet die Diskussionskultur als nicht vorhanden. Dies wiederum führt er sowohl auf einen Mangel an Mut der Journalist*innen, als auch auf eine fehlende Kommunikation der Haltung auf Führungsebene zurück. *„Es gab nie eine richtige Diskussion, warum er etwas nicht will, es gibt auch nie ein apodiktisches Nein, sondern es wird immer herumlaviert bis es unter Umständen zu spät ist.“* (Journalist 4, S. 3)

Journalist*innen in Anstellung begründen hingegen das Nicht-Stattfinden von ethischen Diskussionen mit einer Konsensorientierung innerhalb der Redaktion. Einer der interviewten Journalisten erklärt weiter.

„Es gibt schon viele Menschen - auch bei uns in der Branche, die darauf bedacht sind, dass alles harmonisch abläuft. Deshalb würde ich auch sagen, nicht jeder sucht gerne Streit. Diese Charakterzüge, dass jemand streitbar ist, das ist ja auch nicht so oft und das ist ja auch oft negativ belegt. [...] Das ist das Eine, das Andere ist vielleicht auch, dass in den Redaktionen sehr viele Menschen arbeiten, die eigentlich die gleichen Hintergründe haben, die gleichen Überzeugungen, die gleichen Wertvorstellungen und dadurch entsteht hier auch gar kein Konflikt. [...] Das ist bei dem rechten Medium, wie bei einem linken Medium, jeder hat da auch so eine Redaktionsblase, würde ich sagen.“ (Journalist 8, S. 4)

Auch spricht einer der Journalisten von einem „Gespür“, welches die Journalist*innen mit der Zeit entwickeln. (Vgl. Journalist 9, S. 4)

Schlussfolgernd kann eine sehr starke Vertrautheit dazu führen, dass keine ethischen Diskussionen mehr stattfinden. Hier stimmen entweder die ethischen Normen der Journalist*innen mit denen der Redaktion überein oder es wurde gelernt, dass die eigenen ethischen Normen kein Gehör finden (Verweis zu H6.3).

FF7: Welche Faktoren (M) hindern an einer reichen Diskussionskultur in österreichischen Redaktionsräumen (N)?

H7.1: Je weniger Kontakt zwischen Journalist*in und Redaktion besteht (M), desto unwahrscheinlicher sind ethische Auseinandersetzungen zwischen Journalist*innen und Redaktion (N).

H7.2: Je homogener die Journalist*innen in einer Redaktion (soziokulturelles Erbe, sozioökonomischer Status) sind (M), desto weniger Potenzial gibt es für eine reiche Diskussionskultur (N).

H7.3: Wenn Journalist*innen sehr viel Harmonie- und Konsensorientierung mitbringen (M), dann wirkt sich dies hinderlich auf eine reiche Diskussionskultur in den Redaktionsräumen aus (N).

Die nächsten zwei Forschungsfragen beschäftigen sich mit Printmedien, da alle interviewten Journalist*innen mindestens für ein Printmedium geschrieben haben.

6.5.5 Finanzielle Abhängigkeiten und ihre Auswirkung auf den Journalismus

FF8: Welche Auswirkungen zeigen finanzielle Abhängigkeiten auf ethischen Journalismus?

Als nächstes habe ich mir in der Analyse angesehen, wie die Journalist*innen die Unabhängigkeit des Journalismus in Österreich wahrnehmen. Im Kern geht es um die Frage der Gewährleistung einer inhaltlichen Unabhängigkeit bei finanzieller Abhängigkeit und wie dies von den Journalist*innen wahrgenommen wird.

Interessant ist bei der Beantwortung, dass niemand angegeben hat, je eine explizite Weisung erhalten zu haben, im Sinne der Inserent*innen zu schreiben. Prinzipiell wünschen sich die meisten Journalist*innen aber dennoch ein unabhängigeres System. Auffällig ist hier ebenfalls, dass Journalist*innen, deren Medien mit hohen Inseratenschaltungen bedacht sind, das System als weniger problematisch wahrnehmen, wohingegen vor allem Journalist*innen deren Medium auf andere finanzielle Unterstützungen setzt, stärkere Bedenken gegenüber dem System äußern. Im Großen sind sich die Journalist*innen aber einig, dass Inserate die Berichterstattung beeinflussen und dass Inserenten bevorteilt werden. „*Man tut sich einfach schwerer, über jemanden negativ zu schreiben, wenn dort Geld herkommt. Das ist Fakt.*“ (Journalist 1, S. 5) Einen Einfluss bestätigte auch ein Journalist, der bei einer Zeitung mit hoher Finanzierung durch Inserate arbeitet. „*Man kann sich unser Wohlwollen nicht erkaufen – also das nicht. Vielleicht macht man mal einen Gefälligkeitsartikel und berichtet über eine neueröffnete Filiale, über die man vielleicht sonst nicht schreiben würde.*“ (Journalist 9, S. 6f.) Er argumentiert, dass es sich auch negativ auf die Inserenten und ihre Glaubwürdigkeit

auswirken würde, wenn die Glaubwürdigkeit der Zeitung in Frage stünde. „*Man tut sich keinen Gefallen und auch den Leuten, die bei uns inserieren nicht, wenn das Blatt, das Medium, eine zu klare Richtung hat und die Leute sagen, ist eh klar, man darf nichts Kritisches schreiben zu der Partei, oder dieser Institution.*“ (Journalist 9, S. 6f.) Die Verteilung der Inserate von öffentlichen Stellen begründet er mit der hohen Auflage, „*wo sie mehr Reichweite haben, schalten sie mehr, was verständlich ist, weil wenn ich irgendeine Botschaft unters Volk bringen möchte, dann werde ich mir den Multiplikator suchen, der das für mich möglichst ermöglicht.*“ (Journalist 9, S. 6)

Besonders Journalist*innen in kleineren Redaktionen mit anderen Finanzierungsmodellen kritisieren die Intransparenz und Willkür bei der Vergabe öffentlicher Gelder. Fast alle Journalist*innen sprechen von der Unabhängigkeit als ein Ziel, welches aber in der Praxis nicht umzusetzen ist.

FF8: Welche Auswirkungen zeigen finanzielle Abhängigkeiten (O) auf ethischen Journalismus (P)?

H8.1: Je mehr finanzielle Unterstützung durch Inserent*innen stattfindet (O), desto schwieriger ist negative Berichterstattung über diese (P).

H.8.2: Je stärker Zeitungen durch Inserate finanziert sind (O), desto eher erscheinen bei gleichwertiger medialer Neuigkeit Inserent*innen vor Nichtinserent*innen (P).

6.5.6 Medienethisch bedeutsamer Einfluss der Leser*innen auf Berichterstattung

FF9: Welchen Einfluss haben ethische Diskussionen mit Leser*innen auf die Berichterstattung?

Als letztes möchte ich mich noch den ethischen Diskussionen mit Leser*innen widmen. Reaktionen von Leser*innen sind zwar gegeben, jedoch handelt es sich dabei eher selten um ethisch relevante Reaktionen. Es haben sich nur zwei konkrete ethisch relevante Fallbeispiele aus dem Kontakt mit Leser*innen ergeben. In beiden Beispielen haben die Journalisten die Kritik angenommen und etwas daran geändert. Einer der Journalisten führte folgendes Beispiel an. „*Es gab auf Social-Media auch Kritik, dass wir so oft über Gründer berichten. Wo bleiben die Frauen? Wir haben ein bisschen eine Offensive gestartet*“ (Journalist 6, S. 3) Ein anderer Journalist erzählte über eine Reaktion auf eine veröffentlichte Geschichte über die 24-Stundenbetreuung in Österreich während der Coronapandemie.

*„Da hat mich dann eine Frau angeschrieben und hat gemeint, Sie haben ja die Perspektive der Betreuer*innen selbst überhaupt nicht beachtet. Wie geht es denen eigentlich?“ [...] Da war dann meine Reaktion, okay, na dann her damit, ich möchte mit denen reden und dann stellen wir das dar. Das haben wir dann gemacht.“*
(Journalist 8, S. 4)

FF9: Welchen Einfluss (Q) haben ethische Diskussionen mit Leser*innen (R) auf die Berichterstattung?

H9.1: Wenn es zu ethischen Diskussionen zwischen Journalist*innen und Leser*innen kommt (R), ist eine Verbesserung der Berichterstattung für die Leser*innen wahrscheinlich (Q).

6.6 Interpretation

Aus den Daten der Leitfadeninterviews habe ich Hypothesen entwickelt, welche ich aufgrund der Übersichtlichkeit bereits in der Auswertung und Darstellung angeführt habe. In diesem Abschnitt möchte ich nun abschließend auf die wichtigsten Ergebnisse eingehen.

Ich konnte als Erstes ausarbeiten, welche Faktoren förderlich auf die Entstehung von ethischen Diskussionen in Redaktionsräumen wirken. Dabei erwies sich vor allem die Nähe zur Redaktion als wichtiges Kriterium. Wenn Journalist*innen nicht in den Redaktionsalltag eingebunden waren, kam es zu weniger ethischen Diskussionen zwischen ihnen und der auftragsgebenden Redaktion. Diese Journalist*innen führten aber an, dass ethische Diskussionen stattdessen überredaktionell stattfinden. Des Weiteren geht aus den gesammelten Daten hervor, dass sich ein hohes öffentliches, politisches oder wirtschaftliches Interesse anregend auf die Entstehung innerredaktioneller ethischer Diskurse auswirkt. Auseinandersetzungen zwischen Journalist*innen mit Interviewpartner*innen führten ebenfalls zum gleichen Ergebnis. Als hinderlich für die Erfüllung von ethischen Normen der Journalist*innen erwiesen sich hingegen ethische Diskurse mit der Führungsebene. Hier konnte nur eine Verbesserung erzielt werden, wenn weitere Handlungsschritte von Seiten der Journalist*innen gesetzt wurden. Alle Handlungsschritte führten dann zu einem besseren Ergebnis für das Erreichen der ethischen Normen der Journalist*innen. Nur das Schweigen erzielte einen anderen Ausgang: Alle interviewten Journalist*innen, die trotz innerer ethischer Diskrepanz schwiegen, haben darauffolgend das Medienunternehmen gewechselt. Des Weiteren zeigen die Daten, dass noch immer und besonders Boulevardmedien als anfälliger für ethisch fragwürdigen Journalismus gelten. Vor allem Journalist*innen, die selbst

beruflichen Bezug zu mindestens einem Boulevardmedium hatten, nannten vermehrt die Überprüfung der Richtigkeit sowie Artikelauslegung/Spin/Auswertung als relevante Kriterien für ethischen Journalismus. Außerdem weisen die Daten darauf hin, dass bei Kritik von außerhalb der Redaktion ein gemeinsamer Konsens innerhalb der Redaktion dazu führt, dass ethische Normen der Journalist*innen eher erreicht werden können. Des Weiteren schließe ich aus den Daten, dass Journalismus über tragische Ereignisse häufiger Fragen an die Darstellung in Wort und Bild aufwirft. Zusätzlich habe ich die von den Journalist*innen genannten Ansprüche an die journalistische Praxis und den Ehrenkodex des Presserats miteinander verglichen. Der Vergleich ergab, dass sich nicht alle praxisrelevanten Ansprüche auch im Ehrenkodex wiederfinden. Meines Erachtens nach könnte besonders die Aufzählung der unlauteren Methoden um die während polizeilicher Ermittlungen hinderliche Materialbeschaffung und -veröffentlichung erweitert werden. Darüber hinaus konnte ich feststellen, dass Auswahl, Ausgewogenheit und die *audiatur et altera pars* besonders häufig von den Journalist*innen als ethisch relevante Kriterien in der journalistischen Praxis angegeben wurden, sich diese aber meiner Meinung nach nicht ihrer Relevanz entsprechend im Ehrenkodex wiederfinden. Es wurden auch Daten zu medienethisch relevanten Strukturen der Medienunternehmen erhoben. Diese führten mich zur Vermutung, dass die klare Trennung von Wirtschaft und inhaltlicher Redaktion nach wie vor Thema für die ethisch journalistische Praxis ist. Außerdem konnten weitere Kriterien den Markt ‚Journalismus‘ betreffend ausgearbeitet werden, die eine Umsetzung journalistischer Ethik erschweren. Hier wurden die Intransparenz von Interessen der Informant*innen sowie die Schwierigkeit einer bereits hergestellten Öffentlichkeit durch Social-Media – insbesondere bei aktuellen Ereignissen – thematisiert. Hinderlich auf eine ethische Diskussion wirkt sich außerdem aus, wenn soziokulturelles Erbe und sozioökonomischer Status der Journalist*innen in einer Redaktion ähnlich sind. Des Weiteren schließe ich aus den Daten, dass Interventionen auf inhaltlicher Ebene seitens der Inserent*innen selten bis gar nicht geschehen, jedoch in der Entscheidung zwischen Inserent*innen und Nichtinserent*innen bei gleichwertiger medialer Neuigkeit die Inserent*innen bevorteilt werden.

7. Schluss

In dieser Arbeit befasse ich mich mit ethischen Diskursen im Journalismus in Österreich. Durch eine qualitative Befragung von Journalist*innen habe ich möglichst alle aktuell ethisch relevanten Diskussionen in Österreichs Journalismus erfragt. In der Analyse arbeite ich

sowohl die unterschiedlichen Gesprächspartner*innen der Journalist*innen als auch fördernde und hindernde Aspekte für die Entstehung ethischer Diskurse heraus. Vor allem fehlende Nähe zur Redaktion wirkt sich diesbezüglich negativ aus, fördernd auf den innerredaktionellen ethischen Diskurs wirkt hingegen hohes öffentliches, wirtschaftliches oder politisches Interesse. Außerdem sehe ich mir medienethisch gewichtige Ansprüche der Journalist*innen an den Journalismus, die Gesellschaft und die Redaktionen an. Besonders intensiv beschäftige ich mich dabei mit ihren Ansprüchen an eine journalistische Praxis und filtere in den Interviews angegebene Spannungsverhältnisse im Bereich journalistischer Ethik heraus. Des Weiteren beschäftige ich mich zunächst allgemeiner damit, welche Handlungsmöglichkeiten für Journalist*innen bei inneren ethischen Konflikten bestehen und dann konkreter, wie sich eine Nichterfüllung der ethischen Normen in weiterer Folge auswirken kann. Es gibt sie jedenfalls noch – die ethischen Diskurse, jedoch berichten die Journalist*innen, dass vor allem fehlende Zeit diese verhindert. Ich beleuchte im Theorieteil unter anderem, dass es in Österreich immer weniger hauptberuflich tätige Journalist*innen gibt und sich die Bedeutung des Journalismus vor allem durch das Aufkommen des Internets bereits verändert hat und weiter verändert. Klassische Medien verzeichnen hierzulande klar einen Rückgang an Leser*innen und Zuseher*innen. Außerdem führe ich aus, dass Österreich zwar im Verhältnis zu anderen Ländern weniger stark davon betroffen ist, jedoch auch hierzulande die Zahlen kontinuierlich sinken. Dadurch entsteht vor allem ein Finanzierungsproblem des Journalismus, denn seit dem Aufkommen des Internets gibt es sehr viel Konkurrenzangebot, das um die Aufmerksamkeit der Bevölkerung buhlt. Gerade die aktuellen Ereignisse in Österreich, wie etwa die Infragestellung der Unabhängigkeit einer Zeitung durch einen Politiker oder die grenzüberschreitenden und unethischen Veröffentlichungen über den Terroranschlag in Wien, streichen hervor, dass es höchste Zeit ist, wieder über Ethik im Journalismus zu sprechen. Erste Entwicklungen dahingehend sind bereits zu erkennen, wie etwa die im theoretischen Teil angesprochenen Beitritte von Boulevardmedien zum Österreichischen Presserat und die damit einhergehende Anerkennung des Ehrenkodex desselbigen. Gerade im Internet und seinen sozialen Medien folgen Konsument*innen unethischen Inhalten und sitzen demokratieschädigenden Falschinformationen auf. In der Ethik liegt für mich persönlich das Potenzial für klassische Medien, wieder an Bedeutung zu gewinnen.

8. Bibliographie:

- Altmeppen, Klaus-Dieter/Arnold, Klaus: Ethik und Profit In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.): *Handbuch Medienethik*, 1. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, 2010. S. 331 – 347
- Aristoteles: *Nikomachische Ethik*, übersetzt und herausgegeben von Ursula Wolf (Hrsg.), 4. Auflage, Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt's Verlag, 2013
- Baum, Achim: Was sollen Journalisten tun, Zur Notwendigkeit journalistischer Ethik In: Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses Deutscher Presserat (Hrsg.): *Ethik im Redaktionsalltag*, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2005, S. 22 - 30
- Brosda, Carsten: Diskursethik In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.): *Handbuch Medienethik*, 1. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, 2010. S. 83 – 106
- Brosda, Carsten: Journalismus In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.): *Handbuch Medienethik*, 1. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, 2010, S. 257 – 277
- Bruck, Peter: Einleitung In: Bruck, Peter: *Das österreichische Format*, Kulturkritische Beiträge zur Analyse des Medienerfolges „Neue Kronenzeitung“, Wiener Journal Zeitschriftenverlag: 1991
- Burkart, Roland: *Kommunikationswissenschaft*, Grundlagen und Problemfelder, Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Ausgabe, Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag, 2002
- Burkart, Roland: Der Journalist als Diskursanwalt, kommunikations-ethische Überlegungen für journalistisches Handeln in demokratischen Gesellschaften In: *Mitteilungen der Vereinigung Österreichischer Bibliothekarinnen & Bibliothekare*. Schwerpunktthema: Informationsethik, Heft 2, 30. Mai 2014. S. 141 – 150

- Bundeskanzleramt Österreich (Hrsg.): *Aus Verantwortung für Österreich. Regierungsprogramm 2020 – 2024*, Zusammenfassung, Wien, 2020
- Dichand Hans: Kronen Zeitung, Die Geschichte eines Erfolges, Wien: Orac, 1977
- Dörr, Dieter: Was Rechtsprechung und Gesetzgeber von den Medien fordern In: *Medien und Demokratie – Was der Journalismus heute leistet*, Demokratie-Stiftung der Universität Köln (Hrsg.), Band 1, Frankfurt am Main: Peter Lang, Internationaler Verlag der Wissenschaften, 2012
- Fengler, Susanne: Verantwortung und Selbstkontrolle im Journalismus In: Meier, Klaus/Neuberger, Christoph (Hrsg.): *Journalismusforschung*, Stand und Perspektiven, 2. aktualisierte und erweiterte Auflage, Baden-Baden: Nomos, 2016. S. 183 - 200
- Fengler, Susanne: Media Accountability im internationalen Vergleich – Medienselbstkontrolle und Medienverantwortung aus interkultureller Perspektive In: Kurilla, Robin/Kolb-Albers, Karin/Krämer, Hannes/Pitsch Karola (Hrsg.): *Sine ira et studio*. Disziplinübergreifende Annäherungen an die zwischenmenschliche Kommunikation, Wiesbaden: Springer VS, 2020. S. 279 – 304
- Funiok, Rüdiger: *Medienethik*. Verantwortung in der Mediengesellschaft, Stuttgart: W. Kohlhammer Verlag, 2007
- Gniech, Gisla/Gniech, Julia: Sensationslust, das Odysseussyndrom und die Popkultur, In: Ganguin, Sonja/Sander, Uwe (Hrsg.): *Sensation, Skurrilität und Tabus in den Medien*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006
- Gottwald, Franzisca/Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias: Medienselbstregulierung zwischen Ökonomie und Ethik, Erfolgsfaktoren für ein österreichisches Modell In: Kraus, Daniela: *Studien zur Medienpraxis*, Schriftenreihe des Medienhaus Wien, Wien: LIT Verlag, 2006
- Gruen, Arnold: *Der Verlust des Mitgefühls*: Über die Politik der Gleichgültigkeit, München: 3. Auflage: Deutscher Taschenbuchverlag GmbH & Co KG, 1999

- Hanusch, Volker: Zur Relevanz von Journalismus im Digitalen Zeitalter In: Hanusch, Folker (Hrsg.): *Journalismus. Macht. Wirklichkeit. Wozu Journalismus dient. Woran er krankt. Und was das mit der Politik zu tun hat.* Theodor-Herzl-Vorlesung, Wien: Picus Verlag, 2017
- Hömberg, Walter/Klenk, Christian: Individualethische Ansätze In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.): *Handbuch Medienethik*, 1. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, 2010. S. 41 – 52
- Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses Deutscher Presserat (Hrsg.): *Ethik im Redaktionsalltag*, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2005
- Jäger, Siegfried: *Kritische Diskursanalyse*, Eine Einführung. 2. Auflage, Duisburg: Duisburger Institut für Sprach- und Sozialforschung. 1999
- Karmasin, Matthias: *Journalismus: Beruf ohne Moral? Von der Berufung zur Profession*, Wien: Facultas Verlags- und Buchhandels AG, 2005
- Koerner, E. F.: *The Sapir-Whorf Hypothesis*, A Preliminary History and a Bibliographical Essay, *Journal of Linguistic Anthropology* 2, no. 2, 1992
- Koller Andreas: *Journalismus. Macht. Wirklichkeit, Wozu Journalismus dient. Woran er krankt. Und was das mit der Politik zu tun hat.* Theodor-Herzl-Vorlesung, Wien: Picus Verlag, 2017
- KommAustria-Gesetz – KOG, 92/ME XXVII, *GP - Ministerialentwurf – Gesetzestext* 2021
- Krone, Jan/Pellegrini, Tassilo (Hrsg.): *Handbuch Medienökonomie*, Wiesbaden: Springer VS, 2020
- Kurilla, Robin/Kolb-Albers, Karin/Krämer, Hannes/Pitsch Karola: *Sine ira et studio*, Disziplinübergreifende Annäherungen an die zwischenmenschliche Kommunikation, Wiesbaden: Springer VS, 2020

- *Medien und Demokratie – Was der Journalismus heute leistet*, Herausgegeben von der Demokratie-Stiftung der Universität Köln, Band 1, Frankfurt am Main: Peter Lang, Internationaler Verlag der Wissenschaften, 2012
- Meier, Klaus/Neuberger, Christoph (Hrsg.): *Journalismusforschung*, Stand und Perspektiven, 2. aktualisierte und erweiterte Auflage, Baden-Baden: Nomos, 2016
- Murschetz, Paul Clemens: Staatliche Medienförderung, Begriffsverständnis, theoretische Zugänge und Praxen in der DACH-Region In: Krone, Jan/Pellegrini, Tassilo (Hrsg.): *Handbuch Medienökonomie*, Wiesbaden: Springer VS, 2020, S. 1465 – 1492
- Österreichischer Presserat, *Grundsätze für die publizistische Arbeit* (Ehrenkodex für die österreichische Presse), 2019
- Puppis, Manuel: *Organisationen der Medienselbstregulierung*, Europäische Presseräte im Vergleich, Köln: Herbert von Halem Verlag, 2009
- Rühl, Manfred: Journalismus, Theorie des Journalismus, In: Burkart, Roland/Hömborg, Walter (Hrsg.): *Kommunikationstheorien*, Ein Textbuch zur Einführung, 8. Auflage, Wien: new academic press, 2015, S. 117 - 134
- Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.): *Handbuch Medienethik*, 1. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, 2010
- Schicha, Christian: Philosophische Ethik In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.): *Handbuch Medienethik*, 1. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, 2010, S. 21 - 40
- Scholl, Armin: Systemtheorie In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.): *Handbuch Medienethik*, 1. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, 2010: S. 68 – 82
- Schulz, Winfried: *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien, Analyse der aktuellen Berichterstattung*, 2. Auflage, Freiburg/München [Karl Alber] 1990

- Stapf, Ingrid: *Selbstkontrolle* In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.): *Handbuch Medienethik*, 1. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, 2010, S. 164 - 185
- Thurnher, Armin: Acht Schilling für Hans Dichand, Aus einem Tagebuch über das Leben mit der Kronenzeitung IN: Bruck, Peter: *Das österreichische Format*, Kulturkritische Beiträge zur Analyse des Medienerfolges „Neue Kronenzeitung“, 1991, S. 34 - 44
- Weber, Max: Politik als Beruf. Elfte Auflage, Berlin: Duncker & Humblot, 2010
- Weder, Franzisca: Österreich In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.): *Handbuch Medienethik*, 1. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, 2010: S. 498 – 518
- Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): *Neues vom Tage*: die Schreinemakerisierung unserer Medienwelt. Hamburg: Rasch und Röhrling, 1997
- Wilcken, Bischof: Bischof Wilckens' Bratkartoffeln, 'Waterkantgate' und die Folgen – eine Kunstfehlerdebatte In: Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): *Neues vom Tage: die Schreinemakerisierung unserer Medienwelt*, Hamburg: Rasch und Röhrling, 1997. S 66 -73
- Wittgenstein, Ludwig: *Philosophische Untersuchungen*, Spätwerk mit Gebrauchstheorie.
- Wolf, Ursula (Hrsg.): Aristoteles, Nikomachische Ethik, 4. Auflage, Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Verlag, 2013

Zeitschriften

- Stark, Birgit/Magin, Melanie: Willkommen im „neuen Österreich“! Wolfgang Fellners Vision einer Zeitung für die „moderne gebildete Mitte“ In: Stark, Birgit/Magin Melanie (Hrsg.): *Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch*, Band 3, Österreichische Akademie der Wissenschaften, Wien: 2009, S. 41 - 66

Onlinebibliographie

- APA, 2020, *MA 2019 Die Krone sichert sich erneut Platz eins*,
https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200326_OTSO124/ma-2019-die-krone-sichert-sich-erneut-platz-eins Zugriffen: 21.06.21
- APA, 2021, *MA 2020 Jede/r 4. ÖsterreicherIn greift täglich zur Kronen Zeitung*,
https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20210325_OTSO145/ma-2020-jeder-4-oesterreicherin-greift-taeglich-zur-kronen-zeitung Zugriffen: 21.06.21
- Bundes-Verfassungsgesetz, Artikel 1, 21.06.2021,
<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000138> Zugriffen: 21.06.2021)
- derstandard.at, 2017, *Medienminister Dozda will Presseförderung noch vor Wahl beschließen*, <https://www.derstandard.at/story/2000058225510> Zugriffen: 21.06.21
- derstandard.at, 2020, *Corona: 32 Millionen Sonder-Medienförderung beschlossen*,
<https://www.derstandard.at/story/2000116451364/> Zugriffen: 21.06.21
- derstandard.at, 2020, *Medienbehörde lehnt Presseförderung für „Österreich“ ab*,
<https://www.derstandard.at/story/2000118704741/> Zugriffen: 21.06.21
- derstandard, 2021, *Grüne bedauern Ende der reduzierten Umsatzsteuer für Zeitungen und Magazine*, <https://www.derstandard.at/story/2000122350513> Zugriffen: 21.06.21
- derstandard.at, 2021, *Fellner klagt Österreich auf Presseförderung*,
<https://www.derstandard.at/story/2000123886292> Zugriffen: 21.06.21
- derstandard.at, 2021, *Zeitungen und Sender ringen um 34 Millionen Digitalförderung*,
<https://www.derstandard.at/story/2000124988715> Zugriffen: 21.06.21
- derstandard.at, 2021, *Presserat: Fellner-Medien 2020 mit den häufigsten Ethikverstößen*
<https://www.derstandard.at/story/2000125061846> Zugriffen: 21.06.21
- Dernbach, *Nachrichtenfaktoren*, <https://journalistikon.de/category/nachrichtenfaktoren/>
Zugriffen: 21.06.21
- Deutscher Presserat, 2021, *Selbstverpflichtung für Onlinemedien*,
<https://www.presserat.de/selbstverpflichtung-onlinemedien.html> Zugriffen: 21.06.21
- Die Presse, 2019, *Die neue Offenheit des „Krone“-Chefs*,
<https://www.diepresse.com/5665693/die-neue-offenheit-des-bdquokroneldquo-chefs>
Zugriffen: 21.06.21

- Dossier, 2017, *Die Lieblingszeitungen der Parteien*, [DOSSIER · Die Lieblingszeitungen der Parteien](#) Zugriffen: 21.06.21
- Dossier, 2018, *Teures und unfaires Spiel vor Wahlen*, <https://www.dossier.at/dossiers/inserate/teures-und-unfares-spiel-vor-wahlen/> Zugriffen: 21.06.21
- Duden, 2021, *Sensationslust*, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Sensationslust> Zugriffen: 21.06.2021
- EMRK, Artikel 10, *Freiheit der Meinungsäußerung*, <https://lxgesetze.de/emrk/10> Zugriffen: 21.06.2021
- Falter, 2019, *Die wichtigsten Zitate aus den Ibiza Videos*, <https://www.falter.at/zeitung/20190517/die-wichtigsten-zitate-aus-den-ibiza-videos> Zugriffen: 16.06.21
- Fellner, Sebastian, 2021, *Das Amtsgeheimnis fällt jetzt ist eine neue Kultur der Offenheit gefragt*, <https://www.derstandard.at/story/2000124338807/das-amtsgeheimnis-stirbt-jetzt-ist-eine-neue-kultur-der-offenheit> Zugriffen: 21.06.21
- Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, Artikel 79 (3), <https://www.gesetze-im-internet.de/gg/BJNR000010949.html> Zugriffen: 21.06.2021
- Gruner + Jahr, 2016, *Horst Pirker übernimmt Gruner + Jahr Anteile an Verlagsgruppe News*, <https://www.guj.de/news/neuigkeiten/horst-pirker-uebernimmt-gruner-jahr-anteile-an-verlagsgruppe-news/> Zugriffen: 21.06.21
- Horizont, 2020, *Kronen Zeitung öffnet sich weiter in Richtung Presserat*, <https://www.horizont.at/medien/news/medien--ethik-kronen-zeitung-oeffnet-sich-weiter-in-richtung-presserat-80933> zuletzt Zugriffen: 21.06.21
- KommAustria, https://www.rtr.at/medien/wer_wir_sind/KommAustria/KommAustria.de.html Zugriffen: 21.06.21
- Kontrast, 2018, *Die österreichischen Zeitungen und Magazine und ihre Eigentümer*, <https://kontrast.at/medien-oesterreich/> Zugriffen: 21.06.21
- Kronen Zeitung, 2011, *Die Geschichte der Kronen Zeitung*, <https://www.krone.at/263526> Zugriffen: 21.06.21

- Liessmann, Paul: 2015, *Die Filterblase*,
<https://www.derstandard.at/story/2000025964485/die-filterblase> Zugriffen: 21.06.21
- Medienhaus Wien, 2020, *Journalistenreport*, <http://mhw.at/journalistenreport/>
Zugriffen: 20.06.21
- Österreichischer Presserat, 2019, *Statuten*,
https://www.presserat.at/show_content.php?sid=76&reload=1 Zugriffen: 21.06.21
- Österreichischer Presserat, *Organisation*,
https://www.presserat.at/show_content.php?sid=2 Zugriffen: 21.06.21
- Österreichischer Presserat: *Zwei Verfahrensarten*,
https://www.presserat.at/show_content.php?hid=4 Zugriffen: 21.06.21
- Österreichischer Presserat: *Selbstverpflichtungserklärung für das Beschwerdeverfahren*,
https://presserat.at/show_content.php?sid=10 Zugriffen: 21.06.21
- Österreichischer Presserat, *Liste teilnehmender Medien A-Z*,
https://presserat.at/show_content.php?sid=38 zuletzt Zugriffen: 21.06.21
- Polizei Wien, 02.11.2020 <https://twitter.com/LPDWien>, Zugriffen: 15.05.21
- RTR: <https://www.rtr.at/startseite.de.html> Zugriffen: 21.06.21
- Spektrum, *Sensationslust*,
<https://www.spektrum.de/lexikon/psychologie/sensationslust/14084> Zugriffen:
21.06.2021
- Thiel, 2013, *Ein Gaffer ist an sich ein feiger Mensch*,
<https://www.welt.de/vermischtes/article116926839/Ein-Gaffer-ist-an-sich-ein-feiger-Mensch.html> Zugriffen: 21.06.2021
- Tiroler Tageszeitung, 2016, „News“-Eigentümer schießen Geld nach,
<https://www.tt.com/artikel/11406479/news-eigentuemer-schiessen-geld-nach> Zugriffen:
21.06.2021
- taz.de, 2021, *Live um jeden Preis*, <https://taz.de/Medien-in-der-Wien-Nacht/!5722554/>
Zugriffen: 21.06.2021
- Wiener Zeitung, 2021, *Heute und heute.at treten Presserat bei*,
<https://www.wienerzeitung.at/nachrichten/kultur/medien/2102302-Heute-und-heute.at-treten-Presserat-bei.html> Zugriffen: 15.06.21

9. Anhang

9.1 Vorstellung der interviewten Journalist*innen

Journalist 1: Männlich, freier Journalist, angestellter Journalist, Datenjournalist

Medien: Special-Interest-Zeitung, Wochenzeitung, Qualitätszeitung und Magazin

Bereiche: Datenjournalismus, Lehre

Zum Zeitpunkt des Interviews Journalist in Anstellung

Journalistin 2: Weiblich, freie Journalistin, Auslandskorrespondentin

Medien: eine Qualitätszeitung, eine Tageszeitung, Magazine, ein Radiosender

Bereiche: Politische Berichterstattung, Krisen- und Kriegsberichterstattung, Umwelt und Gesellschaft

Zum Zeitpunkt des Interviews freie Journalistin

Journalistin 3: Weiblich, freie Journalistin, angestellte Journalistin

Medien: eine Qualitätszeitung, ein Magazin

Bereiche: Feuilleton, Lehre

Zum Zeitpunkt des Interviews freie Journalistin

Journalist 4: Männlich, freier Journalist, Moderator

Medien: Fernsehsender, Qualitätszeitungen

Bereiche: Moderation von Diskussionsendung

Zum Zeitpunkt des Interviews freier Journalist

Journalist 5: Männlich, angestellter Journalist

Medien: Informationsdienstleister, Boulevardzeitung, Wochenzeitschrift

Bereiche: Innen- und Außenpolitik, Chronik

Zum Zeitpunkt des Interviews nicht mehr im Journalismus tätig

Journalist 6: Männlich, Journalist, freier Journalist, angestellter Journalist, Wirtschaftsjournalist

Medien: Zeitschrift, Gratiswochenzeitung, Qualitätszeitung, Boulevardzeitung, Special Interest, Online Wirtschaftsmagazin

Bereiche: Wirtschaftsjournalismus im Multimediabereich

Zum Zeitpunkt des Interviews Journalist in Anstellung

Journalist 7: Männlich, Filmemacher, Journalist und Filmproduzent

Medien: Kino, Fernsehsender, Nachrichtenmagazin, Bücher

Bereiche: Inland, Globale Themen, Wissenschafts- und Medizinjournalismus

Zum Zeitpunkt des Interviews selbständiger Journalist und Filmemacher

Journalist 8: Männlich, freier Journalist, angestellter Journalist

Medien: Magazin, Boulevardzeitung, Wochenzeitung, Onlinemagazin

Bereiche: Innenpolitik, Außenpolitik, Musikjournalismus

Zum Zeitpunkt des Interviews Journalist in Anstellung

Journalist 9: Männlich, angestellter Journalist

Medien: Lokalzeitung, Boulevardzeitung, Tageszeitung, Boulevardzeitung

Bereiche: Chronik

Zum Zeitpunkt des Interviews Journalist in Anstellung

9.2 Leitfaden

Stellen Sie sich bitte kurz vor! Welche Zeitungen? Welches Ressort? Welche Rolle spielt Ethik für Sie als (____ Ressort____) Journalist?

- 1) Können Sie sich an eine ethische Diskussion über einen ihrer Artikel/Beiträge erinnern, welche Ihnen besonders im Gedächtnis geblieben ist?
(Ersatzfrage: Können Sie sich an eine ethische Diskussion über einen Artikel/Beitrag eines Kollegen/einer Kollegin erinnern, die ihnen besonders im Gedächtnis geblieben ist?)
 - Wer war an der Diskussion beteiligt?
 - Wie ist es zur Diskussion gekommen?
 - Wie haben Sie darauf reagiert? Was war Ihr Standpunkt in der Diskussion?
 - Was war das Ergebnis der Diskussion?
 - Welchen Einfluss nahm die Diskussion auf den Artikel/Beitrag?
 - Sprachliche Abänderungen? Verfeinerungen?
Erweiterungen? Streichungen? Ergänzungen? Nicht
Veröffentlichung? Neubehandlung? Weiterer Artikel?
Abdrucken einer Gegenmeinung?
- 2) Können Sie sich an einen Artikel/Beitrag von Ihnen erinnern, welcher nicht gedruckt/gesendet wurde, bei welchem Sie die Nichtveröffentlichung ethisch bedenklich fanden?
 - Worum ging es im Artikel?
 - Wessen Entscheidung war es, diesen nicht zu drucken?
 - Was wären die befürchteten Auswirkungen einer Veröffentlichung gewesen?
- 3) Können Sie sich an einen ethisch relevanten Änderungsvorschlag erinnern, welcher Sie beschäftigt hat? Wie sind Sie damit umgegangen?
- 4) Wie häufig werden ethische Fragen in der Redaktion diskutiert? Wer diskutiert im Redaktionsraum?

- Können Sie sich an eine besonders merkwürdige ethische Diskussion im Redaktionsraum erinnern?
 - Wer hat diskutiert? (Umschreibung durch Position, Geschlecht, Alter usw.)
- 5) Wie wichtig sind Ihnen die Reaktionen von Leser*innen? Wie gehen Sie damit um?
- Können Sie sich an eine ethische Diskussion mit einem Leser/einer Leserin über einen Artikel von Ihnen erinnern?
- 6) Können Sie sich an einen Artikel eines anderen Mediums/Journalisten erinnern, welchen Sie als „daneben“ bezeichnen würden?
- Können Sie kurz erläutern weswegen?
- 7) Wie kann unabhängiger Journalismus unter dem Aspekt, dass in fast allen Medien inseriert wird, dennoch gewährleistet werden?
- Wie finanziert sich Ihr Medium?
- 8) Wie häufig denken Sie über Ethik nach?

9.3 Codebuch

Codierung A - Verhältnis von Akteur*innen:

Codiert wurden die Aussagen über Diskussionspartner*innen bei Fallbeispielen.

- direkt: Journalist*innen – Redaktion, Journalist*innen – Vorgesetzte, Journalist*innen – Journalist*innen, Journalist*innen – Interviewpartner*innen, Journalist*innen – Leser*innen
- indirekt über die Redaktion: Redaktion – Wirtschaft, Redaktion – Politik, Redaktion – Gesellschaft, Redaktion – Leser*innen

Codierung B – ethische Diskussionen:

Codiert wurden Aussagen über Merkmale, welche ethische Diskurse fördern. Beachtet wurden dabei die Entstehung, Häufigkeit und der Ausgang von ethischen Diskussionen.

Codierung C – Art des Journalismus sowie Art und Inhalte der Berichterstattung:

Codiert wurden vermehrt Aussagen über Boulevardjournalismus, aber auch Qualitätsjournalismus fand Beachtung sowie inhaltliche Aspekte der Berichterstattung.

Codierung D – Ansprüche der Journalist*innen an die journalistische Praxis für einen ethischen Journalismus:

Codiert wurden von den Journalist*innen genannte relevante Ansprüche an den Journalismus und die journalistische Praxis, deren journalistische Umsetzung in einem Spannungsverhältnis stehen: Ausgewogenheit, Auswahl, Überprüfung der Richtigkeit, Artikelauslegung/Spin/Auswertung, Darstellung in Bild und Wort, Umgang mit Interviewpartner*innen, Materialbeschaffung, Verwertung von Interviewmaterial, Persönlichkeitsschutz, audiatur et altera pars, Bewusstsein über eigene Interessen.

Codierung E – Strukturelle Merkmale von Medienunternehmen:

Codiert wurden Aussagen über Strukturen des Medienunternehmens, welche einer ethisch journalistischen Praxis hinderlich sind.

Codierung F – Erfüllung einer ethisch journalistischen Praxis:

Codiert wurden die Auswirkungen struktureller Merkmale auf die Praxis.

Codierung G – Ideale der Gesellschaft:

Codiert wurden Aussagen zu den Idealen der Journalist*innen, die mit gesellschaftlichen Idealen in Konflikt stehen.

Codierung H – Auswirkung auf eine ethisch journalistische Praxis:

Codiert wurden die Auswirkungen auf die journalistische Praxis.

Codierung I – Spezifika des aktuellen Journalismus:

Codiert wurden Aussagen über aktuelle medienethisch relevante Spezifika des Journalismus, wie die fehlende Transparenz von Informant*innen sowie Geschwindigkeit, Neuheit und Quotendruck.

Codierung J – negative Auswirkung auf die journalistische Praxis:

Codiert wurden Aussagen der Journalist*innen zu den negativen Auswirkungen der Marktentwicklungen, die zur journalistischen Ethik in einem Spannungsverhältnis stehen, wie zum Beispiel die Schwierigkeiten der Bewertung sowie geforderte Zurückhaltung trotz bereits hergestellter Öffentlichkeit.

Codierung K – Folgen:

Codiert wurden Aussagen über Folgen für die Journalist*innen, welche bei weiteren Handlungsschritten nach Auseinandersetzung mit der Führungsebene eingetreten sind, wie das Erreichen eigener oder gemeinschaftlicher ethischer Normen oder der Wechsel des Mediums.

Codierung L – weitere Handlungsschritte nach Auseinandersetzung mit der Führungsebene:

Codiert wurden Handlungen gegen die Führungsebenen wie Gerichtsverhandlung, Streik, Verweigerung, Schweigen, Gegenaufklärung.

Codierung M – Faktoren:

Codiert wurden Aussagen über die Nähe der Journalist*innen zu den Redaktionen, Beziehungen innerhalb der Redaktion, Charaktereigenschaften.

Codierung N – Diskussionskultur:

Codiert wurden Aussagen über innerredaktionelle ethische Diskussionen.

Codierung O – Finanzierung des Journalismus:

Codiert wurden Aussagen zur Finanzierung des Mediums.

Codierung L – Auswirkungen auf den Journalismus:

Codiert wurden Aussagen über die Behandlung von Inserenten im Journalismus.

Codierung Q – Einfluss auf die Berichterstattung:

Codiert wurde der Umgang mit der Reaktion.

Codierung R – Ethische Diskussionen mit Leser*innen:

Codiert wurden Aussagen zu ethischen Diskussionen mit Leser*innen.

9.4 Abstract

Es ist höchste Zeit wieder vermehrt über Ethik im Journalismus zu sprechen! Gerade die aktuellen Ereignisse in Österreich, wie etwa die Infragestellung der Unabhängigkeit einer Zeitung durch die Aussagen eines Politikers oder die grenzüberschreitenden und unethischen Veröffentlichungen über den Terroranschlag in Wien, streichen dies hervor.

Konsument*innen laufen im Internet und seinen sozialen Medien Gefahr, unethischen Inhalten und demokratieschädigenden Falschinformationen aufzusitzen. Gerade in Zeiten einer Pandemie ist eine gut informierte Bevölkerung Fundament für eine funktionierende Demokratie. In der Ethik liegt ein Potenzial für klassische Medien, wieder an Bedeutung zu gewinnen. Deswegen beschäftige ich mich in dieser Arbeit mit ethischen Diskursen in Österreichs Journalismus, ihren Akteur*innen und ihrem verändernden Potenzial. Ich behandle im theoretischen Teil die journalistische Ethik und gebe unter anderem einen umfassenden Überblick über den österreichischen Medienmarkt. Dabei beachte ich vor allem medienethisch relevante Spezifika, gehe auf die Finanzierung, den Presserat, die Selbstregulierung und die Regulierung von außen näher ein. In der Analyse arbeite ich sowohl

die unterschiedlichen Diskurspartner*innen der Journalist*innen als auch fördernde und hindernde Aspekte für die Entstehung ethischer Diskurse heraus. Darüber hinaus beleuchte ich verschiedene Handlungsmöglichkeiten der Journalist*innen bei inneren ethischen Konflikten und weitere Auswirkungen der Nichterfüllung ihrer ethischen Normen.

It is about time to talk more about ethics in journalism again! The current events in Austria, such as casting doubt on the independence of a newspaper due to the statements of a politician or the boundary violating and unethical publications concerning the terrorist attack in Vienna, are emphasizing this. On the internet and its social media, consumers run the risk of being exposed to unethical content and false information that is detrimental to democracy. A well-informed population is the foundation for a functioning democracy, especially in times of a pandemic. In ethics lies the potential for traditional media to regain importance. That is why in this thesis I am concerned with ethical discourses in Austria's journalism, their actors and their potential for change. In the theoretical part I am addressing journalistic ethics and, among other things, giving a comprehensive overview of the Austrian media market. In doing so, I am paying particular attention to specifics relevant to media ethics, and then going into greater detail on financing, the press council, self-regulation and external regulation. In the analysis part, I am elaborating on both the journalists' different discourse partners as well as on promoting and hindering aspects for the emergence of ethical discourses. In addition, I am examining various options for journalists to take in the event of internal ethical conflicts, as well as other effects of non-fulfillment of their ethical norms.