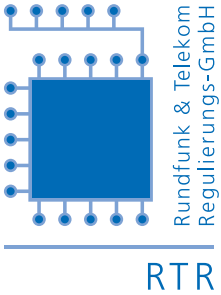
Qualität des tagesaktuellen Informationsangebots in den österreichischen Medien

Eine crossmediale Untersuchung



Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Qualität des tagesaktuellen Informationsangebots in den österreichischen Medien

Eine crossmediale Untersuchung

Dr. Josef Seethaler, stv. Direktor des Instituts für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung der Österreichischen Akademie der Wissenschaften und der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt

im Auftrag der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR) und der Österreichischen Akademie der Wissenschaften

Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Band 1/2015

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 7

1 Einleitung 11

2 Demokratietheoretisch begründete Qualitätsstandards 17

2.1 Unterschiedliche Demokratiemodelle und ihre Anforderungen an die Medienqualität 18

2.2 Das liberal-repräsentative Modell 20

2.3 Das deliberative Modell 20

2.4 Das partizipatorische Modell 21

3 Methodisches Vorgehen 25

3.1 Kriterien für Medienqualität 25

3.1.1 Transparenz 25

3.1.2 Vielfalt 26

3.1.3 Relevanz 27

3.1.4 Professionalität 28

3.2 Design und Durchführung der Studie 32

4 Ergebnisse 39

4.1 Qualitätsmerkmal Transparenz 41

4.1.1 Urhebertransparenz 41

4.1.2 Quellentransparenz 45

4.2 Qualitätsmerkmal Vielfalt 47

4.2.1 Vielfalt der Meinungen 47

4.2.2 Vielfalt der Akteure 50

4.3 Qualitätsmerkmal Relevanz 58

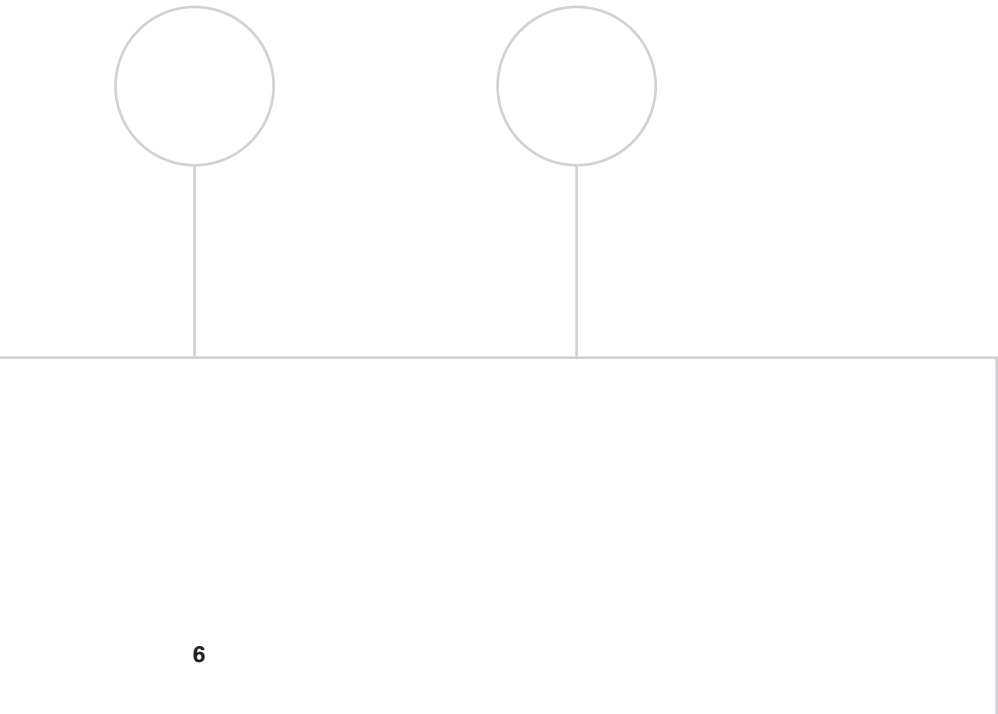
4.4 Qualitätsmerkmal Professionalität 61
4.4.1 Sachlichkeit und Unparteilichkeit 61
4.4.2 Framing 64
4.4.3 Responsiveness 68

5 Diskussion und Fazit 73
5.1 Versuch einer Gesamtschau 74
5.2 Resümee und Ausblick 79

6 Codebuch der Inhaltsanalyse 87
6.1 Zeitraum und Umfang der Untersuchung 87
6.2 Analyseeinheit 88
6.3 Variablen 89
6.4 Anhang 1: Tagesaktuelle Informationssendungen 104
6.5 Anhang 2: Gesellschaftliche Handlungsfelder 105
6.6 Anhang 3: Ländercodes nach ISO 3166 – Auszug 109

7 Verzeichnisse 111
7.1 Zitierte Literatur 111
7.2 Abbildungen 117
7.3 Tabellen 117

Impressum 121



Vorwort

Wie gut ist der „Kontrollor" unserer Demokratie?

Die vorliegende Studie ist die erste in Österreich verfasste Studie, die die Medienqualität crossmedial und systematisch untersucht. Dies unterstreicht der Autor dieser Untersuchung, Dr. Josef Seethaler von der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, in seiner nachfolgenden Einleitung. Die ursprüngliche Idee für eine derartige Untersuchung kam von Univ.-Prof. Dr. Kurt Imhof, von der Universität Zürich, der leider heuer sehr plötzlich verstorben ist. Die Imhof-Studie, die eine crossmediale Untersuchung der Schweizer Medien darstellte, sorgte in der Schweizer Öffentlichkeit stets für weitreichende Debatten über unabhängige und relevante Informationsangebote.

Nach meiner persönlichen Überzeugung – und ich arbeite seit vielen Jahren in verschiedenen Medienbereichen, sei es als Journalist, sei es als Medienmanager oder jetzt als Geschäftsführer in der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH – ist eine der wesentlichen Aufgaben einer funktionierenden Medienlandschaft die, ein guter Kontrollor einer funktionierenden demokratischen, sozialen und kulturellen Gemeinschaft zu sein. Gerade, wenn man in einer Demokratie lebt, gerade wenn man kein funktionierendes und unabhängiges Medienwesen hat, dann erst weiß man wirklich, was einem fehlt ...

Wieso wir Herrn Dr. Seethaler gebeten haben, eine crossmediale Untersuchung zu erarbeiten? Weil wir der Meinung sind, dass sich die Österreicherinnen und Österreicher ihre Informationen (und natürlich auch unterhaltende Elemente) aus den Tageszeitungen, Hörfunkstationen, Fernsehprogrammen und in den letzten Jahren auch immer mehr aus Online-Anbietern besorgen. Nur eine Gattung alleine zu untersuchen wäre daher kaum hilfreich. Und so fokussiert diese Studie in allen vier Mediengattungen vor allem auf folgende Merkmale: Transparenz, Vielfalt, Relevanz und Professionalität.

Dr. Josef Seethaler hat mit seinen Mitarbeitern im Jahr 2014 an 24 zufällig ausgewählten Tagen, die in Summe vier künstliche Wochen ergeben, folgende Medien untersucht: Elf verschiedene Tageszeitungen (Qualitäts- und Boulevardzeitungen), ORF eins, ORF 2 und ORF III, ATV, PULS 4

sowie ServusTV, alle bundesweiten Radios des ORF, vier ORF-Regionalradios, KRONEHIT sowie fünf weitere private Regionalradios und schließlich Online-Anbieter wie orf.at, derstandard.at, krone.at, oe24.at und gmx.at.

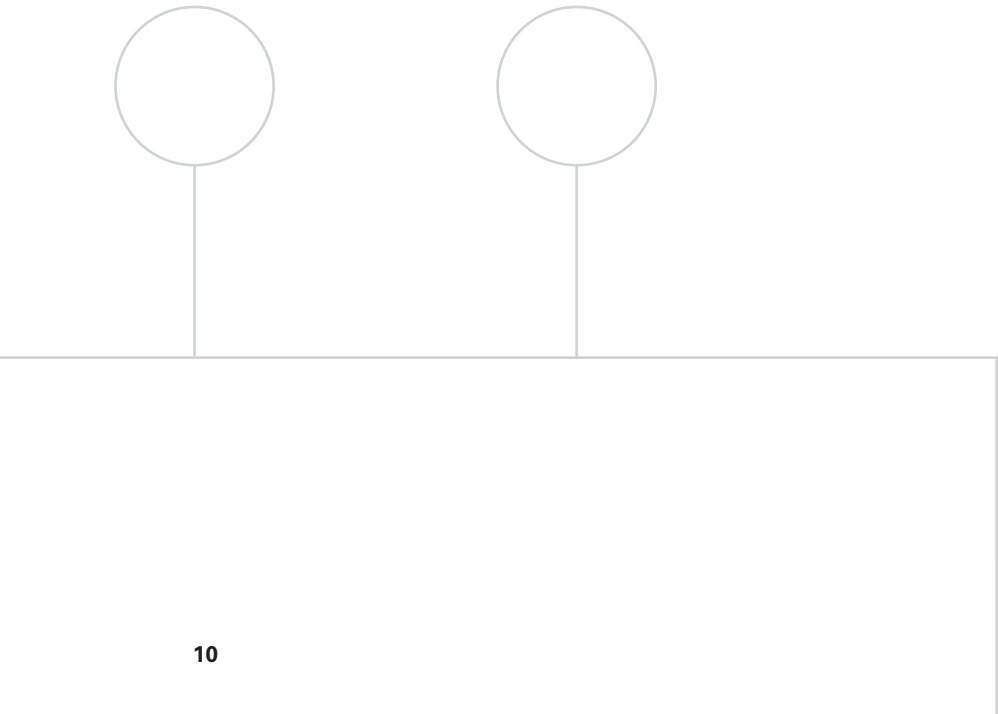
So bleibt es mir, in meinem Vorwort jenen Damen und Herren zu danken, die am Zustandekommen und an der wissenschaftlichen Recherche dieser Studie mitgewirkt haben:

Univ.-Prof. Dr. Kurt Imhof aus Zürich hat uns an Dr. Josef Seethaler, den stellvertretenden Direktor des Instituts für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften verwiesen, der diese Studie in vielen Monaten bestens konzipert und in zahlreichen Gesprächen mit den Vertretern der Medien besprochen und letztlich hergestellt hat. Er wurde dabei beraten von Dr. Andy Kaltenbrunner (Medienhaus Wien) und Univ.-Prof. Dr. Josef Trappel (Universität Salzburg).

Außerdem habe ich mich bei allen Experten zu bedanken, die am Projektmanagement, an der Koordination und der Codierung der Auswertungen mitgewirkt haben, ebenso bei den Kolleginnen und Kollegen der RTR, die an der „Druckwerdung" dieser Studie teilgenommen haben.

Ich kann abschließend davon ausgehen, dass alle Leserinnen und Leser die Inhalte dieser Untersuchung besonders interessieren werden ...

Dr. Alfred Grinschgl
Geschäftsführer der RTR, Fachbereich Medien



1 Einleitung

Bei der von der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR) und der Österreichischen Akademie der Wissenschaften in Auftrag gegebenen Untersuchung handelt es sich um die erste österreichische Studie, die Medienqualität crossmedial und systematisch analysiert. Sie wurde dankenswerterweise auch durch die Kulturabteilung (MA 7) der Stadt Wien und die Erste Bank der österreichischen Sparkassen AG unterstützt. Der im November 2013 an das Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung ergangene Auftrag bezog sich auf eine inhaltliche Analyse des tagesaktuellen Informationsangebots in den vier Mediensektoren Tagespresse, Radio, Fernsehen und Online während des Jahres 2014. Vorbild war die seit 2011 jährlich in der Schweiz vom Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) der Universität Zürich durchgeführte Untersuchung „Qualität der Medien" (vgl. zuletzt: fög 2014). Univ.-Prof. Dr. Kurt Imhof, der die Schweizer Studie begründet und geleitet hatte, hat bis zu seinem allzu frühen Tod im März 2015 die Untersuchung beratend und anspornend begleitet. Dr. Andy Kaltenbrunner vom Medienhaus Wien und Univ.-Prof. Dr. Josef Trappel vom Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg standen ebenfalls als Berater zur Verfügung. Ihnen allen gebührt der Dank des Studienleiters.

Besonderer Dank gilt den Mitarbeitern der Studie, die auf vielfache Weise zum Gelingen beigetragen haben: Maren Beaufort, BA, für die Mitarbeit bei der Formulierung des Codebuchs und der Durchführung der für die Reliabilitätsmessung notwendigen Gegencodierungen, MMag. Klaus Bichler für die Mithilfe bei den Vermittlungsaktivitäten von Konzepten und Ergebnissen, Mag. Wolfgang Dick für das gesamte Projektmanagement und die Koordinierung der Inhaltsanalyse und Dr. Corinna Wenzel für die Diskussionen zur theoretischen Fundierung und die Unterstützung bei den Auswertungen. Ein großes Dankeschön geht an alle Codierer, die mit großem Engagement bei der Sache waren: Valentina Dopona, Sascha Béla Duken, BA, Mag. Manuel Ecker, Rosmarie Hergouth, BA, Sebastian Hofer, Dr. Evelyn Itkin, Hanna Möller, BA, Andreas Riedl, Sarah Siemers, BA, Johanna Steiner, BA, Mag. Anja Wiegand und Gundula Zabinsky.

Ohne die Kooperationsbereitschaft aller in die Studie inkludierten Radio- und Fernsehsender wäre die Untersuchung nicht möglich gewesen. Alle Sender sind der Bitte nachgekommen, Mitschnitte ausgewählter Nachrichtensendungen zur Verfügung zu stellen. Ihnen allen gebührt großer Dank.

Dem Autor ist es ein persönliches Anliegen, Dr. Alfred Grinschgl, Geschäftsführer des Fachbereichs Medien der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, für seine Initiative zur Untersuchung der Medienqualität, sein hohes Engagement während der Vorbereitung und der Durchführung der Studie, sein stets offenes Ohr für Fragen und Diskussionsbedarf und seine strikte Nichteinmischung in alle wissenschaftlichen Belange der Untersuchung zu danken. Das ist nicht selbstverständlich. Und es sollte Vorbildwirkung haben.

Warum Qualitätsforschung?

Öffentlichkeit ist die wichtigste soziale Einrichtung demokratischer Gesellschaften. Sie ist der Ort zur Bestimmung und Diskussion der intersubjektiv als wichtig erachteten und allgemeinverbindlich zu lösenden Probleme. Dadurch schafft Öffentlichkeit eine der Voraussetzungen zur Teilhabe möglichst aller Bürger an den kollektiven Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen („self-governing") und leistet zugleich einen Beitrag zur Kontrolle der Mächtigen („checking value"). Die Qualität der Demokratie wird daher letztlich von der Qualität der öffentlichen Kommunikation bestimmt (Seethaler 2010).

Die meisten Vorgänge in fast allen gesellschaftlichen Bereichen entziehen sich jedoch der direkten Wahrnehmung des Einzelnen. Die Menschen sind deshalb auf Informationen „aus zweiter Hand", also auf die Beobachtungsleistung des Mediensystems angewiesen. Für die Beobachtung der verschiedenen gesellschaftlichen Teilsysteme und die damit verbundene systematische und kontinuierliche Beschaffung und Bearbeitung von Informationen hat sich der Journalismus als eigenes Teilsystem ausdifferenziert. Öffentlichkeit ist daher zu einem hohen Grad medienvermittelt (Jarren & Donges 2011). Die Qualität der öffentlichen Kommunikation hängt somit weitgehend von der Qualität der Medienberichterstattung ab.

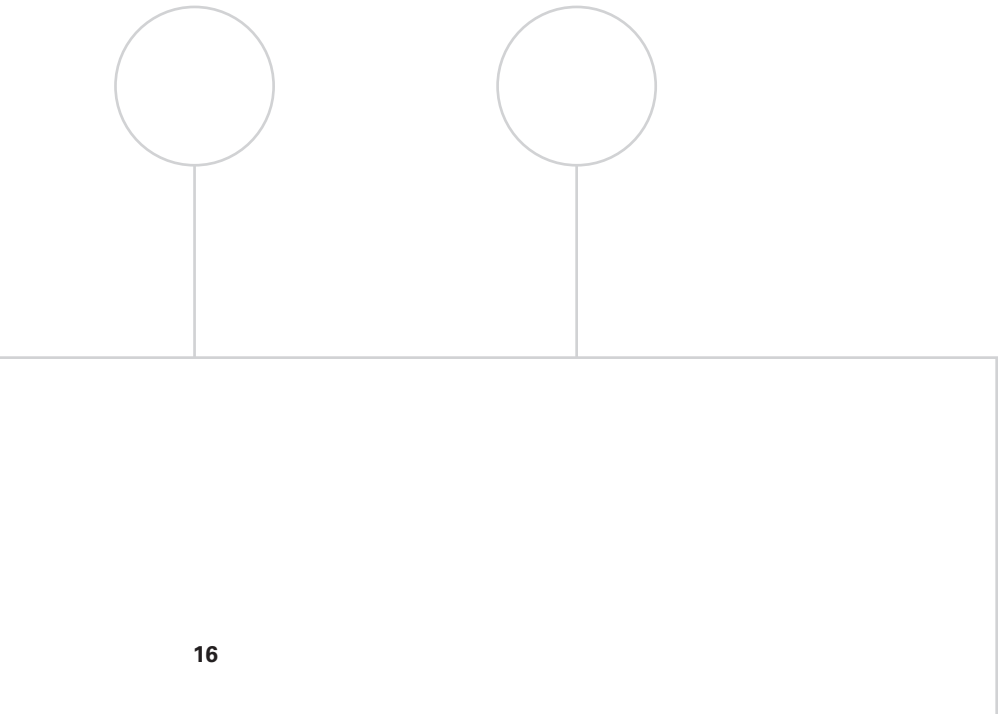
Für den Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte (EGMR) steht es außer Zweifel, dass die Medien mit der Vermittlung von Informationen und Ideen über Angelegenheiten des öffentlichen Lebens eine öffentliche Aufgabe erfüllen. Diese Informationsfunktion der Medien ist die Basis für die Erfüllung der darauf aufbauenden Funktionen, konkurrierende Meinungsbildung zu ermöglichen und Macht zu kontrollieren – und sie ist verankert im Recht der Öffentlichkeit, Informationen zu erhalten (Holoubek, Kassai & Traimer 2006). Darin ist einerseits ein besonderer Schutz der Medien sowohl gegenüber möglichen Eingriffen des Staates bei der Beschaffung und Verbreitung von Informationen begründet, andererseits aber auch eine besondere Verantwortung der Medien, die notwendige Qualität der verbreiteten Informationen sicherzustellen. „The role media plays in a democratic society requires strong protection, but also carries with it equal responsibilities", heißt es im Bericht der von der Europäischen Kommission eingesetzten High Level Group on Media Freedom and Pluralism (Vīke-Freiberga et al. 2013, 11).

Die Wahrnehmung dieser öffentlichen Aufgabe stand seit jeher im Spannungsverhältnis zur ökonomischen Komponente der Medienproduktion, doch in jüngster Zeit bedingen die (immer schnelleren) Veränderungen der Informations- und Kommunikationstechnologien einen intensiven Strukturwandel des Mediensystems, der nicht ohne Folgen auf den Stellenwert und den Handlungsspielraum eines professionellen Journalismus bleiben wird. Eine Reihe von Faktoren wie die Entstehung multimedialer Konzerne ebenso wie multimedialer Content-Produktion, das Engagement branchenfremder Akteure, das Abwandern von Teilen des Anzeigenmarkts auf Online-Plattformen und ein sich radikal veränderndes, zum Teil von einer „Gratismentalität", aber auch von einer aktiveren Haltung geprägtes Mediennutzungsverhalten lassen die lange gültigen medienunternehmerischen Modelle ebenso wie das journalistische Selbstverständnis in eine Krise geraten (Jarren, Künzler & Puppis 2012). Damit gewinnt auch die Frage nach der Qualität der Medien eine neue Aktualität.

Trotz der zweifellos gegebenen Bedeutung liegt bisher für Österreich keine crossmediale Untersuchung der gesellschaftlichen Beobachtungs- und Kommunikationsleistung der Medien vor. Im Unterschied zu Print und Online gibt es zwar für die Bereiche Fernsehen und Radio von der RTR beauftragte Studien zur Programmstruktur (zuletzt: Woelke 2012)

und zur Programmqualität des Privatrundfunks (Wenzel, Trappel & Gadringer 2012), doch nur eine medienvergleichende Gesamtschau kann Aufschluss über den Beitrag der Medien für eine demokratische Öffentlichkeit geben.

Die Reflexion der Beobachtungs- und Kommunikationsleistung der Medien und der gesellschaftlichen Ansprüche an sie kann und muss auf zwei Ebenen erfolgen: branchenintern sowohl durch unternehmenseigene Qualitätsmanagementsysteme als auch durch unternehmensübergreifende Selbstregulierungseinrichtungen wie den Presserat und extern durch Außenbeobachtung und -kontrolle. Da beide Formen unterschiedlichen Prämissen und Stakeholdern verpflichtet sind, ersetzen sie einander nicht, sondern ergänzen sich. Aufgabe der Wissenschaft ist es, Zustand und Wandel der öffentlichen Kommunikation für die Gesellschaft als Ganzes transparent zu machen und eine Diskussion der Rolle der Medien bei der Gestaltung und Formierung von Öffentlichkeit und der Erwartungen an sie zu initiieren und zu unterstützen, um einen kompetenten Umgang mit den Medien, insbesondere bei jungen Menschen, zu fördern und zu stärken – nie war dies wichtiger als in der gegenwärtigen Informationsgesellschaft.



2 Demokratietheoretisch begründete Qualitätsstandards

Dass Medienangebote qualitätsvoll sein sollen, ist weithin Konsens. Doch wie diese Qualität beschaffen sein und woran sie gemessen werden sollte, darüber gehen die Meinungen weit auseinander. Auch die Kommunikationswissenschaft ist von einer einheitlichen „Theorie der Qualität" nicht nur weit entfernt (Beck, Schweiger & Wirth 2004), vielmehr muss bezweifelt werden, ob sie je geschrieben werden kann oder auch geschrieben werden soll. Gerade in demokratisch verfassten, auf öffentlich-diskursive Legitimation bauenden Gesellschaften gilt, dass es Medienqualität nicht an und für sich gibt, sondern dass sie – wie dies Uwe Hasebrink (2007, 42) im Hinblick auf den „Public Value" von öffentlich-rechtlichen Fernsehprogrammen formuliert hat – das „Ergebnis eines Verständigungsprozesses [ist], der alle relevanten Stakeholder einbezieht und zugleich flexibel genug ist, um auf die sich ändernden gesellschaftlichen Bedingungen rasch mit entsprechend angepassten gesellschaftlichen Zielsetzungen reagieren zu können". Qualität kann wohl nicht ein für allemal festgeschrieben werden, sondern ist als gesellschafts-, kultur- und zeitgebundener Begriff (bspw. Donsbach 1993; Vlasic 2010; Wessler & Rinke 2014) wie auch als vieldimensionaler Begriff zu charakterisieren, „der sich auf die marktstrukturellen und redaktionellen Bedingungen und das Selbstverständnis der Kommunikatoren, die formalen und inhaltlichen Merkmale des Medienangebots sowie auf die Ansprüche und Erwartungen der Rezipienten im Kontext sowohl der funktional äquivalenten Medienauswahl als auch der individuellen Medienrepertoires beziehen kann" (Weischenberg 2003, 169).

Die Gebundenheit dessen, was Qualität meint, an einen bestimmten gesellschaftlichen und kulturellen Kontext ist nicht als Beliebigkeit, sondern als Herausforderung zu verstehen, sich der inhaltlichen Bedeutung und des kollektiven Stellenwerts von Qualität stets aufs Neue in einem von allen Betroffenen zu führenden Aushandlungsprozess zu versichern. Die Vielschichtigkeit des Begriffs verweist darauf, dass diese Reflexion sowohl auf die Struktur- als auch auf die Angebots- und die Nutzungsebene bezogen sein sollte. Aus demokratietheoretischer Sicht geht es dabei vor allem und nicht unbegründet um das Angebot tagesaktueller

Information: „The public role of the media in a democratic society applies to the news sector above all others, since the quality of the news received will affect the ability of citizens ‚to contribute to and participate in the decision-making processes which concern them'." (Vīke-Freiberga et al. 2013, 11; zitierend die Recommendation CM/Rec (2011)7 des Europarats) Eine Rückbindung der Ergebnisse einer Untersuchung der von den Medien vermittelten Inhalte an die strukturellen Bedingungen des Markts und die Produktionsbedingungen der Redaktionen einerseits und die Nutzung durch das Publikum andererseits wäre wünschenswert, wenngleich dies nicht Gegenstand des vorliegenden Projekts war und allein schon aus finanziellen Gründen nicht sein konnte. Wohl aber möchte die Untersuchung einen Beitrag zu einer differenzierten Qualitätsdiskussion leisten, die das derzeit im Wandel begriffene Verständnis von Demokratie reflektiert. Da in diesem Bericht keine auch nur im Geringsten hinreichende Darstellung dieses Wandels gegeben werden kann, sei nur auf jene Eckpunkte verwiesen, an die in besonderer Weise die Überlegungen zur Beschaffenheit von Medienqualität anknüpfen.

2.1 Unterschiedliche Demokratiemodelle und ihre Anforderungen an die Medienqualität

Man muss nicht gleich wie Colin Crouch (2008) von einem bereits angebrochenen „postdemokratischen" Zeitalter sprechen, um die in weiten Teilen der westlichen Welt wachsende Kritik an der in den meisten Verfassungen ausgestalteten Form der Demokratie und an ihren tragenden Institutionen und Verfahrensweisen zu konstatieren. So liegt gerade in den Altersgruppen unter 35 Jahren die Wahlbeteiligung nicht nur unter dem Bevölkerungsdurchschnitt, sondern sie sinkt beständig. Selbst in einem gesellschaftlich eher stark „versäulten" Land wie Österreich leiden die Parteien unter anhaltendem Mitgliederschwund. Das Vertrauen in die demokratischen Organisationen und Regelungsmechanismen nimmt kontinuierlich ab. Das Wort von der Politik-, ja Demokratieverdrossenheit macht die Runde (Campbell & Schaller 2002; Rosenberger & Stadlmair 2014). Nicht selten werden die Medien für diese Entwicklung mitverantwortlich gemacht.

Auf der anderen Seite gewinnen in vielen gesellschaftlichen Teilbereichen Governance-Modelle und darin involvierte NGOs an Bedeutung (Seifer 2009). Ebenso steigt gerade in den jungen Generationen die Bereitschaft sich gesellschaftlich aktiv zu engagieren (Feldmann-Wojtachnia & Glaab 2011), und es entstehen neue Formen der politischen Partizipation. Gegenüber den repräsentativen Formen des Wählens und der Parteimitgliedschaft, die den Input der Bürger als Zeichen der Systemunterstützung interpretieren lassen, sind diese neuen Formen output-orientiert und zielen auf die Sicherung der Systemperformanz durch deliberative und teilhabende Verfahren ab (Ekman & Amnå 2012). Aus dem früheren Delegieren der Verantwortung an demokratisch legitimierte Organisationen und der damit gegebenen Stützung von deren Funktionen (Verba, Schlozman & Brady 1995) entwickelt sich zusehends ein zivilgesellschaftliches Engagement, das von bewusstseinsbildenden Maßnahmen über den Boykott von Firmen und Online-Petitionen zur Organisation von Akten konkreter Mitbestimmung reicht und so durch das Management sozialen Wandels die Leistungsfähigkeit des demokratischen Systems steigert (Zukin et al. 2006). Die Formen repräsentativer Demokratie, wie sie in der Regel verfassungsmäßig verankert sind, werden also ergänzt durch Formen, die auf eine unmittelbare Teilhabe der Bürger an den Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen zielen und auf die ein modernes demokratisches Gemeinwesen im Sinne seiner notwendigen Legitimation in zunehmendem Maße angewiesen ist. Die unterschiedlichen Formen schließen also einander nicht aus, sondern existieren nebeneinander.

Es ist naheliegend, dass mit den unterschiedlichen Vorstellungen von Demokratie unterschiedliche Vorstellungen von der Rolle der Öffentlichkeit und damit auch von der Rolle der Medien verbunden sind (Ferree et al. 2002; Jandura & Friedrich 2014). Ohne Zweifel haben Medien, unabhängig von den einzelnen demokratietheoretischen Perspektiven, eine zentrale Rolle in der Bereitstellung von Kommunikationskanälen zwischen dem Staat und den Menschen inne. Die Überwindung der Ausgrenzung als Strukturprinzip der früheren Elitenöffentlichkeit und die Einbeziehung einer immer größeren Zahl von Menschen in die demokratische Öffentlichkeit war und ist die Aufgabe der Massenmedien (Jarren & Donges 2011). Die entscheidende Frage ist, welchem Ziel diese Einbeziehung dient und wie sie demnach erfolgen sollte.

2.2 Das liberal-repräsentative Modell

Dem repräsentativen Demokratiemodell entspricht die Vorstellung einer liberalen Öffentlichkeit, in der die Medien als Vermittler zwischen dem politischem System und den Bürgern agieren – und zwar in beide Richtungen. Dahinter liegt die Annahme, dass die Bürger nur dann in der Wahlzelle eine rationale Entscheidung treffen können, wenn sie über die politischen Belange korrekt informiert sind, der politischen Debatte folgen können und sich durch ihre Repräsentanten adäquat vertreten fühlen, um so das System zu legitimieren. Die hohen Erfordernisse dieser aufgeklärten Debatte – Expertise, Objektivität und Rationalität – drängen jedoch die meisten in eine passive Publikumsrolle und lassen nur eine geringe Zahl aktiver Teilnehmer zu. Dementsprechend gehört es zu den Aufgaben einer qualitätsvollen Medienberichterstattung, das Publikum über die relevanten Inhalte professionell, d.h. unparteiisch, faktenorientiert und kognitiv-argumentativ zu informieren und die Vielfalt der relevanten Positionen ausgewogen, also gemäß den herrschenden politischen Kräfteverhältnissen zu vermitteln (Donsbach 2002). Damit verbunden ist die Zielvorstellung eines „informed citizen" (Patterson & Seib 2005), doch wird dieser Anspruch bisweilen reduziert: Entweder auf einen „monitorial citizen" (Schudson 1998), der die gesellschaftliche Umwelt hinsichtlich jener Ereignisse scannt, die Aufmerksamkeit erfordern, oder auf die Schaffung eines „Burglar Alarm" (Zaller 2003), durch den die Bürger lediglich in die Lage versetzt werden sollen bei besonders dringlichen Problemen – und nur bei besonders dringlichen Problemen – politisch aktiv zu werden. In jedem Fall ist der Bürger primär als politisches Subjekt (nicht als Privatperson) und in dieser Rolle vor allem als Betroffener angesprochen.

2.3 Das deliberative Modell

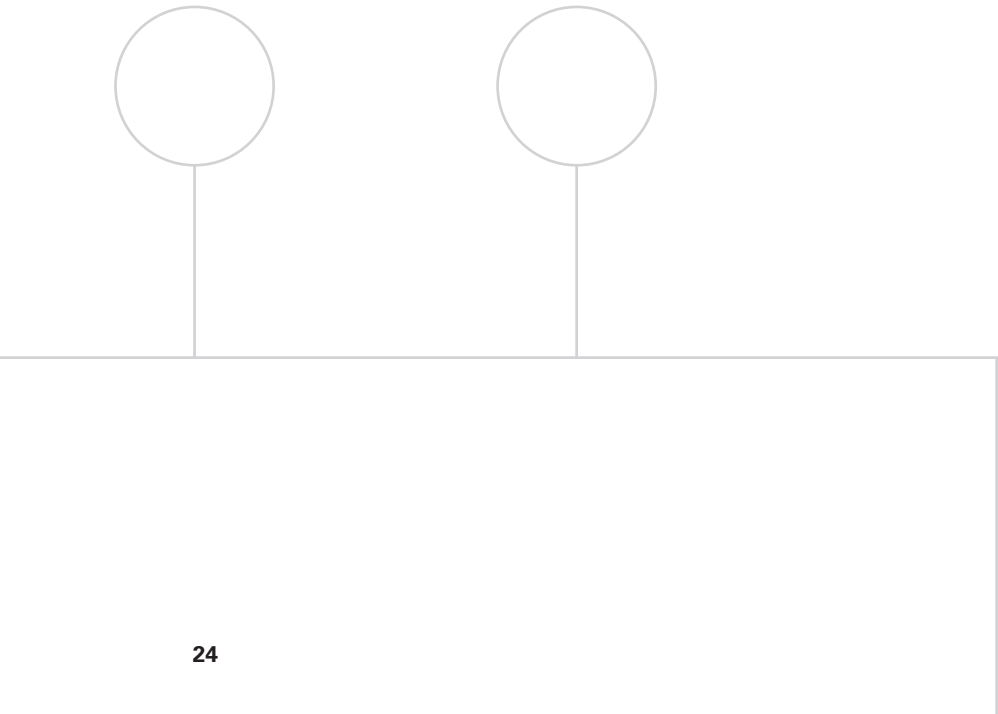
Der elitären Grundhaltung des liberal-repräsentativen Demokratiemodells setzt das grundlegend von Jürgen Habermas (1992; 1996) argumentierte deliberative Modell die Vorstellung eines von der Zivilgesellschaft getragenen öffentlichen Diskurses entgegen. Der zentrale Stellenwert des Wahlaktes und die liberale Trennung von öffentlich vs. privat werden jedoch nicht aufgegeben, sondern durch die Akzentuierung politischer Beteiligungsrechte und öffentlicher Beratschlagung ergänzt. Die durch kommunikatives Handeln hergestellte

Öffentlichkeit dient dem Erkennen gesamtgesellschaftlicher Probleme und der Herstellung von Konsens über ihren Stellenwert, der Einspeisung dieser Themen in den politischen Entscheidungsprozess und der Kontrolle der politischen Entscheidungsträger: Diese sind dafür verantwortlich zu machen, ihre Entscheidungen im öffentlichen Diskurs durch rationales Abwägen alternativer Optionen zu begründen. Die Erwartung an Öffentlichkeit, einen Konsens darüber zu suchen, was als kollektiv wichtiges und lösungsbedürftiges Problem zu definieren ist, stellt die Medien weniger vor die Aufgabe, über vermeintlich „relevante" Themen zu berichten (die ja nicht a priori benannt werden können), als vor allem den Themenfindungs- und Meinungsbildungsprozess durch die Vermittlung vielfältiger Stimmen zu unterstützen. Anders als im repräsentativen Modell bezieht sich diese Vielfalt allerdings primär auf die Einbindung nichtstaatlicher und nichtökonomischer Akteure, die als „Substrat jenes allgemeinen, aus der Privatsphäre gleichsam hervortretenden Publikums von Bürgern [gelten], die für ihre gesellschaftlichen Interessen und Erfahrungen öffentliche Interpretationen suchen" (Habermas 1992, 444). Im Interesse der Konsensfindung sollte die Medienberichterstattung dialogorientiert gestaltet sein und Kontextwissen über die möglichen Ursachen, Bewertungen und Konsequenzen bzw. Lösungen eines Problems vermitteln.

2.4 Das partizipatorische Modell

Die Bedeutung der Vermittlung von Bedeutungs- und Interpretationsangeboten wird auch von partizipatorischen Vorstellungen von Demokratie gesehen; Porto (2007) spricht in diesem Zusammenhang vom „interpreting citizen". Dies weist darauf hin, dass es möglichst allen Bürgern möglich sein soll, an den gesellschaftlichen Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozessen teilzuhaben (der fehlende Fokus auf Abstimmungen markiert aber den Unterschied zu Formen der direkten Demokratie). Engagieren sich in der diskursiven Öffentlichkeit der deliberativen Demokratie immer noch primär organisierte (wenn auch zivilgesellschaftlich basierte) Akteure, so strebt das partizipatorische Modell nach der Inklusion aller in die demokratische Öffentlichkeit – auch und besonders der viel zitierten „schweigenden Mehrheit". Um die Menschen dazu zu befähigen („empowerment"), gilt es sie politisch zu motivieren und zu aktivieren. Politisches Interesse wird hier nicht als notwendige Voraussetzung gesehen, sondern als etwas, das im

politischen Prozess erzeugt werden kann und muss (Barber 1984). Dafür sollten Medien eine Vielzahl von Mitteln einsetzen, die bewusst Grenzen überschreiten, die von den anderen Modellen gesetzt werden. Dazu gehört vor allem eine „Politik der Emotionen" (Schaal & Heidenreich 2013), die die mit der Ausgrenzung von Gefühlen einhergehende Trennung von Öffentlichkeit und Privatheit aufhebt (und die Artikulation privater Anliegen im Interesse der Systemperformanz versteht) sowie ein Bekenntnis zur leidenschaftlichen Parteinahme (für soziale Anliegen, nicht für ideologische Organisationen) mit einschließt. Allerdings wird die Bereitschaft auf andere und damit auch auf entgegengesetzte Positionen einzugehen als notwendige Voraussetzung des Diskurses gesehen – schließlich kann anders die Ansprache eines von vornherein wenig interessierten Publikums kaum gelingen. Die ebenfalls als Norm anerkannte Vielfalt entspricht folgerichtig jener einer pluralen, diversen Gesellschaft. Die Stabilität des Systems wird nicht durch Wahlen oder Deliberation, sondern durch die Konformität mit den demokratischen Spielregeln sichergestellt (Strömbäck 2005).



3 Methodisches Vorgehen

3.1 Kriterien für Medienqualität

Die kurzen Beschreibungen der den einzelnen Modellen[1] zugrunde liegenden Vorstellungen von Demokratie und Öffentlichkeit haben deutlich gemacht, dass die (gemäß den jeweiligen theoretischen Prämissen) an die Kommunikationsleistung der Medien gerichteten Erwartungshaltungen nur teilweise übereinstimmen, in vielfacher Hinsicht unterschiedlich sind und zum Teil sogar einander widersprechen. Dies ist bei der methodischen Konzeption zu berücksichtigen. Das heißt, dass die Definitionen der verwendeten Qualitätsmerkmale den demokratietheoretischen Modellen zuzuordnen sein müssen, um die Ergebnisse der Untersuchung adäquat interpretieren zu können. Dabei soll Medienqualität anhand von Transparenz, Vielfalt, Relevanz und Professionalität gemessen werden. Die im Folgenden gegebenen Definitionen und Zuordnungen folgen – wenn nicht anders angegeben – den Überlegungen von Ferree et al. (2002) und Jandura und Friedrich (2014).

3.1.1 Transparenz

Für alle drei Modelle übergreifend gültig scheint vor allem die Erwartung einer transparenten Berichterstattung zu sein. Sie hängt aufs Engste mit der demokratischen Legitimierung von Herrschaft zusammen, die zustimmungsabhängig und begründungspflichtig ist (Sarcinelli 1998), weshalb alle politischen Entscheidungsprozesse wahrnehmbar sein müssen. Den Medien obliegt es diese wahrnehmbar zu machen, also für Transparenz zu sorgen (Hagen 1995). Und sie tun gut daran, im Interesse ihrer eigenen Glaubwürdigkeit auch ihre eigene Tätigkeit transparent zu machen – mit Ausnahme eines investigativen Journalismus, der des

[1] Hier nicht genannt sind konstruktivistische Vorstellungen von Demokratie, die gegenüber partizipatorischen Ansätzen noch einen Schritt weiter in Richtung Anerkennung von Diversität gehen, sodass vor allem das gemeinsame Recht auf Differenz und der Dialog über Differenzen hinweg als kollektiv verbindliche und verbindende Elemente erachtet werden.

besonderen Schutzes seiner Quellen bedarf (Seethaler 2013). In der vorliegenden Studie wurde daher Transparenz als basales Kriterium von Medienqualität in zweifacher Hinsicht gemessen[2]: als Nachweis der (journalistischen) Urheberschaft eines Medienbeitrags und als Nennung der einem Beitrag zugrunde liegenden Quellen.

3.1.2 Vielfalt

So sehr sich das Merkmal der Transparenz allen drei Modellen zuordnen lässt, so gilt dies für die in der Qualitätsforschung intensiv diskutierte Vielfaltsnorm nur bedingt modellübergreifend. Als kleinster gemeinsamer Nenner kann noch die grundsätzliche Anerkennung der Meinungsvielfalt erachtet werden, die hier als Zahl der (im Originalton bzw. Wortlaut) zitierten Akteure gemessen wird. Diese Art der Operationalisierung basiert auf der Annahme, dass zumeist nur voneinander abweichenden Stellungnahmen der Platz und das Gewicht eines eigenen Zitats eingeräumt wird, da sowohl Sendezeit als auch redaktioneller Raum in Print und Online kostbare Ressourcen sind. Jenseits dieses kleinsten gemeinsamen Nenners findet sich die Vielfaltsnorm in den drei Modellen jedoch unterschiedlich konnotiert. In repräsentativer Hinsicht bezieht sie sich in erster Linie auf die in der parlamentarischen Vertretung dokumentierten parteipolitischen Kräfteverhältnisse, in deliberativer Hinsicht auf die Präsenz von NGOs und in partizipatorischer Hinsicht auf die Inklusion einer diversen Gesellschaft.

Im Sinne der erstgenannten Bedeutung wird in der vorliegenden Studie nach dem Grad der Übereinstimmung der Anteile der Beiträge mit politischen Parteien als zentralen Akteuren mit den im Parlament gegebenen politischen Kräfteverhältnissen gefragt, im Sinne der letztgenannten Bedeutung nach dem Anteil der Beiträge mit Frauen als zentralen Akteuren und dem Verhältnis zu Männern in dieser Funktion. Dem Indikator Frauen-Anteil liegt nicht nur die im Rahmen partizipatorischer Ansätze geforderte Berücksichtigung der realen gesellschaftlichen Diversität zugrunde, für die die Geschlechterverteilung als

[2] Die genaue Operationalisierung aller Qualitätskriterien ist dem am Schluss des Bandes abgedruckten Codebuch zu entnehmen. Einen Überblick über die in der Qualitätsforschung verwendeten Kriterien gibt bspw. Arnold (2009).

wichtigstes Kriterium angesehen werden kann (Napoli 1999), sondern auch die Kritik an der liberalen und – in abgeschwächter Form – auch an der deliberativen Tradition, die beide angesichts des postulierten Gegensatzes von Vernunft und Emotion Gefahr laufen, mit den Gefühlen auch die von einem sexistischen Klischee als gefühlvoll erklärten Personen aus der Debatte auszuschließen (Schaal & Heidenreich 2013). Das deliberative Verständnis von Vielfalt wird schließlich als das Verhältnis der in den Entscheidungsprozess eingebundenen präsentierten zivilgesellschaftlichen Akteure zu den Akteuren der politischen Elite gemessen (Gerhards 1997).

3.1.3 Relevanz

Das dritte, in der Qualitätsforschung häufig eingesetzte Kriterium ist das der Relevanz. Die Studie des Zürcher Forschungsinstituts Öffentlichkeit und Gesellschaft gründet seine Bedeutung „auf der Prämisse, dass hinsichtlich aller Leistungsfunktionen öffentlicher Kommunikation das Allgemeine gegenüber dem Privaten bzw. das Gesellschaftliche gegenüber dem Individuellen und Partikulären Vorrang hat“ (fög 2014, 245). Ein solches Verständnis entspricht prinzipiell sowohl einer liberalen als auch einer deliberativen Konzeption von Öffentlichkeit, doch folgt die – in der Schweizer wie auch in dieser Untersuchung verwendete – Operationalisierung als Anteil der den Gesellschaftsbereichen Politik, Wirtschaft und Kultur zurechenbaren Medienbeiträgen an der Gesamtberichterstattung („Hard News“) aufgrund ihrer normativen Zuordnung im Kern einer liberalen Sichtweise.[3] In deliberativer Hinsicht ist die Zuerkennung von Relevanz hingegen das Ergebnis eines öffentlichen Aushandlungsprozesses, in dessen Folge es durchaus denkbar wäre,

[3] Als weiterer Indikator für „Relevanz“ wurde die Sozialebene inhaltsanalytisch untersucht. Dabei wurde danach gefragt, ob das in einem Medienbeitrag berichtete Geschehen auf einer Makro- (Gesellschaft/Gesellschaftssphären), Meso- (Organisationen) oder Mikro-Ebene (Personen) thematisiert wurde (fög 2014, 245). Auf Mikro-Ebene wurde ergänzend gefragt, ob die in einem Beitrag erwähnten Personen als Funktionsträger oder Privatpersonen dargestellt sind. Aufgrund der niedrigen Reliabilitätswerte für die Codierung dieser Variablen (Cohens Kappa < 0,7) wurde jedoch auf eine Darstellung der Auswertungsergebnisse verzichtet. Der enge finanzielle Rahmen des Projekts erlaubte leider keine Re-Codierung.

dass ein Thema aus dem Sport- oder Lifestyle-Bereich als gesellschaftlich relevant erachtet wird, beispielsweise wenn es um die Situation der als Identitätsträger fungierenden nationalen Fußballmannschaft geht oder um die steigende Bedeutung von Smartphones im alltäglichen Leben.

Das partizipatorische Modell hingegen geht ohnehin von einem radikal anderen Relevanzbegriff aus, da es die Funktion von Medien, Bürger über gemeinsame Themen in das gesellschaftliche Kollektiv mit seinen anerkannten Verhaltensnormen zu integrieren, in einer diversen und pluralistischen Gesellschaft nicht nur für nicht zeitgemäß, sondern demokratiepolitisch für geradezu kontraproduktiv hält (Zauner 2011). Vielmehr hätte medienvermittelte Kommunikation angesichts des gesellschaftlichen Wandels die Funktion, Bürgern eine Plattform für die Verbreitung autonom formulierter Anliegen zu bieten, die persönliche Vorstellungen von einem guten Leben („lifestyle values") oder Auswirkungen politischer Entscheidungen auf das persönliche Umfeld thematisieren. Mit Hilfe dieser Plattform- oder Netzwerk-Funktion sollten „public connections" ermöglicht werden (Couldry & Markham 2006), die ihrerseits zur Ausbildung von gemeinsamen themenbasierten Zielvorstellungen beitragen und in weiterer Folge zur Bereitschaft, sich für diese in einem erweiterten Repertoire gesellschaftlicher Aktivitäten zu engagieren (Bennett & Segerberg 2012; Beaufort & Seethaler 2014).

Sowohl der deliberativen als auch der partizipatorischen Relevanzdefinition kann jedoch nicht allein durch eine Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung entsprochen werden; vielmehr wäre eine Einbindung des Publikums als externer Bezugspunkt notwendig, die, wie eingangs erwähnt, in diesem Projekt finanziell nicht realisierbar war.

3.1.4 Professionalität

Unter dem Begriff der Professionalität werden generell zwei Dimensionen subsummiert: eine Stil- und eine Inhaltsdimension, wobei hinsichtlich der letzteren zwischen einer deskriptiven und analytischen Qualität unterschieden werden kann. Wiederum gestalten sich beide Dimensionen unter der Perspektive der drei Demokratiemodelle in unterschiedlicher Weise. In liberal-repräsentativer Sicht wird ein sachlicher, kognitiv-argumentativer und möglichst emotionsloser Stil im Interesse einer rationalen öffentlichen Diskussion als qualitätsvoll

erachtet (fög 2014, 246), was zwar auch für ein deliberatives Öffentlichkeitsverständnis gilt, doch dort der Orientierung an einem respektvoll geführten Dialog untergeordnet ist. (Auf eine Einbeziehung dieser Dialogorientierung in die Untersuchung musste aufgrund des aufwendigen Codierverfahrens und angesichts der hohen Zahl an Beiträgen aus forschungsökonomischen Gründen verzichtet werden; vgl. Burkart, Rußmann & Grimm 2010.) Das partizipatorische Modell schließlich bezieht gegenüber dem liberalen nahezu eine Gegenposition, da es in der emotionalen Ansprache, die durchaus auch Öffentliches mit Privatem vermischen und Partei ergreifen kann, ein Potenzial zur Inklusion des Publikums in das gesellschaftlich-politische Geschehen sieht. Dies kann als radikale Erweiterung der Dialogorientierung interpretiert werden, weshalb auch die wünschenswerte emotionale Ansprache durch Maßnahmen gestützt und begleitet werden sollte, die „Responsiveness" ermöglichen.

Grundsätzlich lässt sich diese Differenz auf den Gegensatz zwischen den großen Strömungen der modernen politischen Philosophie, dem Liberalismus und dem sog. Republikanismus zurückführen, die sich seit dem 17. Jahrhundert ausgebildet haben: „Während der Republikanismus traditionell den Menschen als zoon politikon anspricht, zu dessen gelingendem Lebensvollzug es gehört, als Ganzes – mit Herz und Verstand – am politischen Gemeinwesen zu partizipieren, leidenschaftlich um das Gemeinwohl zu streiten und sich mit dem gemeinsamen Guten zu identifizieren, strebt der Liberalismus im Gefolge der Aufklärung eine Rationalisierung des politischen Prozesses an, mit der Tendenz, alles Emotionale als ‚irrational' zu bannen oder zumindest zu privatisieren." (Schaal & Heidenreich 2013, 3)

Für die Verschlüsselung des Grades an Sachlichkeit bzw. des Emotionalisierungsgrades eines Beitrags wurde in der vorliegenden Untersuchung eine fünfteilige Skala verwendet, deren Extrempunkte mit „sehr emotional" (= 1) und „sehr sachlich/kognitiv-argumentativ" (= 5) beschrieben sind. Dem insbesondere im westlichen Kulturraum und hier vor allem in den USA lange Zeit als professionelles Leitmotiv geltenden Ideal einer distanziert-unbeteiligten Herangehensweise entspricht auf inhaltlicher Ebene eine um Objektivität und Unparteilichkeit bemühte Darstellung (Hanitzsch & Seethaler 2009), die die für eine liberal-repräsentative Orientierung charakteristische **deskriptive** Qualität der Berichterstattung ausmacht (Jandura & Friedrich 2014). Sie wurde

ebenfalls anhand einer fünfstufigen Skala verschlüsselt, die zwischen den Polen „explizit persönlich gefärbt" (= 1) und „ausschließlich distanziert-unparteiisch" (= 5) angeordnet ist (zu beiden Skalen vgl. das Codebuch im Anhang). Zusammen mit der den Grad an Sachlichkeit vs. Emotionalisierung messenden Skala wurde sie zu einem „Objektivitätsindex" vereint, dessen Wertebereich von 1 bis 5 reicht. Dabei deutet „1" auf eine emotionalisierende, stark persönlich gefärbte Berichterstattung hin und „5" auf eine dem Objektivitätsideal entsprechende sachliche, distanziert-unparteiische Berichterstattung.

Während, wie erwähnt, in deliberativer Hinsicht die Stildimension eines als professionell erachteten Journalismus aus Kostengründen nicht untersucht werden konnte, wurde hingegen auf der inhaltlichen Dimension diesem Modell besondere Beachtung geschenkt, da die **analytische** Qualität eines Beitrags ein entscheidendes Kriterium zur Abgrenzung eines der journalistischen Arbeit zugrunde liegenden diskursiven Demokratieverständnisses von einem liberal-repräsentativen darstellt, das sich ausschließlich in einer deskriptiven Qualität dokumentiert. Die analytische Qualität zielt auf die Leistung eines Beitrags, das berichtete Geschehen bzw. den berichteten Sachverhalt in größere Zusammenhänge einzuordnen und so einen möglichst breiten gesellschaftlichen Diskurs zu fördern (fög 2014, 246) – was, wie erwähnt, prinzipiell auch von einem partizipatorischen Demokratieverständnis angestrebt wird.

Das zur Messung der analytischen Qualität verwendete sozialwissenschaftliche Konzept des „Framing" (Goffman 1974) basiert auf der Annahme, dass die Kontextualisierung eines Themas in den Medien beim Rezipienten bestimmte Interpretationsschemata aktualisieren kann, die mit dem jeweiligen Thema verbunden werden, um ein Verständnis von ihm zu gewinnen (vgl. Reese, Gandy & Grant 2001). Frames gehen somit über bestimmte Meinungen, die man in Bezug auf ein Thema haben kann, hinaus; als spezifische „constructions of the issue" (Nelson & Kinder 1996, 1057) verdeutlichen sie vielmehr, „what the controversy is about, the essence of the issue" (Gamson & Modigliani 1987, 143). Im Unterschied zu einer episodischen Darstellung von gesellschaftlichen Sachverhalten als bloß singuläre Ereignisse, leisten Frames (1) deren Einordnung in längerfristige Prozesse oder übergeordnete Zusammenhänge, (2) erklären mögliche Ursachen, (3) vermitteln unterschiedliche Bewertungen, (4) diskutieren potenzielle Konsequenzen und Lösungen und (5) nennen die darin involvierten und (6) davon betroffenen Akteure

(Entman 1993). Aus diesen sechs dichotom codierten Variablen (trifft im Beitrag zu vs. trifft nicht zu; vgl. das Codebuch im Anhang) wurde ein „Diskursindex" gebildet, der Werte zwischen 0 und 6 annehmen kann. Dabei verweist „0" auf das Fehlen jeglicher erläuternder Kontextinformationen und „6" auf das durchgängige Vorhandensein solcher Informationen, also auf eine hohe diskursfördernde Qualität.

Während in einem deliberativen Demokratie- und Öffentlichkeitsverständnis die Medien dazu angehalten sind, durch Hintergrundinformation und Analysen zu einem besseren Verständnis des gesellschaftlichen Geschehens beizutragen und so Diskussionen zu ermöglichen, sollten Medien aus partizipatorischer Sicht darüber hinaus im Interesse der angestrebten Inklusion möglichst breiter Bevölkerungsschichten deren Bereitschaft zu gesellschaftlichem Engagement wecken und unterstützen (Bennett & Segerberg 2012). Das heißt, sie sollten dem Publikum Möglichkeiten eröffnen, sich in Bezug auf bestimmte Themen aktiv zu informieren, mit anderen zu vernetzen und zu interagieren („Responsiveness"). Da die Akzeptanz dieser Konzeption von Öffentlichkeit mit den neuen kommunikationstechnologischen Entwicklungen einhergeht, werden hier als eine erste Annäherung an die damit verbundene Qualitätsanforderung an den journalistischen Stil die dem Publikum in einem Medienbeitrag explizit gebotenen Hinweise auf Interaktionsangebote und eine aktive Informationssuche – sei es auf der medieneigenen Website, einem Social-Media-Auftritt oder auf den Websites anderer, im Beitrag angesprochener Akteure – ermittelt; die bei Online-Medien standardmäßig eingeräumte Kommentierung von Beiträgen wird hier allerdings nicht berücksichtigt. Tabelle 1 fasst alle für die einzelnen Qualitätsmerkmale verwendeten Indikatoren unter den drei demokratietheoretischen Perspektiven zusammen.[4]

[4] Einige der verwendeten Indikatoren können auch zu Indices zusammengefasst werden, wie sie von Kamber und Imhof (2013; „Qualitätsscoring"), Reinemann et al. (2011; „Dimensions of Hard and Soft News") bzw. Wessler und Rinke (2014; „Deliberative Performance of Television News") vorgeschlagen worden sind (vgl. dazu Seethaler 2014).

Tabelle 1: Qualitätsmerkmale und Indikatoren

Qualitätsmerkmal		Demokratieverständnis		
		Liberal-repräsentativ	**Deliberativ**	**Partizipatorisch**
Transparenz		Nachweis der (journalistischen) Urheberschaft eines Medienbeitrags Nennung der einem Beitrag zugrunde liegenden Quellen		
Vielfalt	**Vielfalt der Meinungen**	Zahl der zitierten Akteure		
	Vielfalt der Akteure	Parlamentarische Parteien als zentrale Akteure; Grad der Übereinstimmung mit den politischen Kräfteverhältnissen	Zivilgesellschaftliche Akteure als Teil des politischen Entscheidungsprozesses; Verhältnis zur politischen Elite	Frauen als zentrale Akteure, Verhältnis zu Männern als zentralen Akteuren
Relevanz		Anteil der Beiträge mit „Hard News" (Politik, Wirtschaft, Kultur)	*Inhaltsanalytisch allein nicht operationalisierbar*	
Professionalität	**Stil**	Sachlichkeit	Respektvoller Dialog *(nicht untersucht)*	Responsiveness
	Inhalt	Deskriptive Qualität: Unparteilichkeit (Stil + Inhalt: 5-stufiger „Objektivitätsindex")	Analytische Qualität: Framing (7-stufiger „Diskursindex")	Entspricht prinzipiell dem deliberativen Modell

3.2 Design und Durchführung der Studie

Die vorliegende Untersuchung des tagesaktuellen Informationsangebots umfasst ein breites Medien-Sample aus den vier Sektoren Print, Radio, Fernsehen und Online. Folgende Kriterien lagen der Auswahl der Medien zugrunde:

- Tageszeitungen: nationale Reichweite > 1,5 %
- Radio: nationale Reichweite > 1,5 % (mit Ausnahme der öffentlich-rechtlichen Regionalsender: > 3,0 %)
- Fernsehen: bundesweit ausstrahlende Sender mit Vollprogramm
- Online: News-Sites mit Visits > 8 Millionen (Einzelangebote) / 10 Millionen (Dachangebote) + Unique Clients ≥ 2,5 Millionen (Einzelangebote) / 2 Millionen (Dachangebote)

Damit wurden die folgenden 36 Medien in die Analyse einbezogen:

- Tageszeitungen:
  - Kauftageszeitungen: Der Standard, Die Presse, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, Kurier, Oberösterreichische Nachrichten, Salzburger Nachrichten, Tiroler Tageszeitung, Vorarlberger Nachrichten
  - Gratistageszeitungen: Heute, Österreich

- Radio:
  - Überregionale öffentlich-rechtliche Radiosender: Ö1, Ö3, FM4
  - Überregionaler Privatradiosender: KRONEHIT
  - Regionale öffentlich-rechtliche Radiosender: ORF – Radio Niederösterreich, Radio Oberösterreich, Radio Steiermark, Radio Wien
  - Regionale Privatradiosender: 88.6 Wien, Antenne Steiermark, Life Radio Oberösterreich, Radio Arabella Wien, Radio Energy Wien

- Fernsehen:
  - Überregionale öffentlich-rechtliche Fernsehsender: ORF eins, ORF 2, ORF III
  - Überregionale Privatfernsehsender: ATV I, ATV II, PULS 4, ServusTV

- Online:
  - Branchenspezifische Anbieter: derstandard.at, krone.at, oe24.at, orf.at
  - Branchenfremder Anbieter: gmx.at

Die großzügig definierten Auswahlkriterien erlaubten sohin, eine breite Palette unterschiedlicher Medientypen zu berücksichtigen: Kauf- und Gratiszeitungen, überregionale und regionale Blätter und Sender, öffentlich-rechtliche und private Angebote, News-Sites von Prestige- und Populärmedien[5] als auch ein Online-Portal eines branchenfremden Anbieters. Auftragsgemäß nicht erfasst wurden Freie Radio- und Fernsehsender; sie sollen aber in eine im 2-Jahres-Abstand geplante Replikation der Studie, deren Finanzierung freilich erst gesichert werden muss, Aufnahme finden.

[5] Die verwendete Terminologie „Prestige-“ vs. „populäre Medien“ folgt Kepplinger (1985).

Die Untersuchung erstreckt sich auf das Jahr 2014, und zwar auf die zufällig über das Jahr verteilten Tage von vier künstlichen Wochen (ohne Sonntage). Die geschichtete Zufallsauswahl umfasst je zwei Wochen in den vier Monaten vor und nach den beiden Sommermonaten Juli und August. Mit diesem Verfahren, das die Regeln für die Sample-Bildung in allen vier Mediengenres kombiniert, ist in einem höchstmöglichen Maß Repräsentativität gewährleistet (Riffe, Lacy & Fico 2005). Die Tage wurden mit Hilfe des in der Statistik-Software SPSS implementierten Pseudozufallszahlengenerators Mersenne-Twister ermittelt. Folgende Daten gingen in die Stichprobe ein:

- Mittwoch, 5. März
- Montag, 10. März
- Freitag, 14. März
- Mittwoch, 2. April
- Donnerstag, 24. April
- Dienstag, 29. April
- Montag, 12. Mai
- Samstag, 17. Mai
- Freitag, 23. Mai
- Donnerstag, 5. Juni
- Dienstag, 10. Juni
- Samstag, 14. Juni
- Samstag. 13. September
- Dienstag, 16. September
- Donnerstag, 25. September
- Montag, 6. Oktober
- Freitag, 10. Oktober
- Mittwoch, 22. Oktober
- Dienstag, 4. November
- Donnerstag, 13. November
- Samstag, 29. November
- Mittwoch, 3. Dezember
- Montag, 15. Dezember
- Freitag, 19. Dezember

Während von den Tageszeitungen die an den ermittelten Tagen erschienenen Morgenausgaben für die Analyse herangezogen wurden, folgte die Auswahl der Hörfunk- und Fernsehsendungen den Tageszeiten mit den höchsten Reichweiten. Im Hörfunksektor betrifft dies den Zeit-

raum von 7:00 bis 13:00 Uhr[6], ergänzt um die „Drive-Time" am Abend gegen 18:00 Uhr, im Fernsehsektor den Zeitraum von 17:00 bis 23:00 Uhr.[7] Der Stand der News-Sites wurde um etwa 20:00 Uhr als der Zeitpunkt mit der durchschnittlich höchsten Internetnutzung abgespeichert.[8]

Entgegen dem ursprünglichen Vorhaben, die Analyse – ähnlich dem Schweizer Projekt „Qualität der Medien" – als sog. „Frontseiten-" bzw. „Aufmacheranalytik" durchzuführen, d.h. nur die am prominentesten platzierten Beiträge zu berücksichtigen, wurde letztlich ein wesentlich breiterer Ansatz gewählt. Und zwar gingen in die Inhaltsanalyse alle redaktionellen Beiträge ein, die

- auf der ersten Seite einer Tageszeitung bzw. bei kleinformatigen Zeitungen (*Heute, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, Österreich*) auf der ersten Seite und auf der ersten mit „Politik" überschriebenen Innenseite platziert oder in Schlagzeilen, Teasern und Verweisen am Ende eines Beitrags angekündigt sind sowie in Inhaltsverzeichnissen auf der ersten, zweiten oder letzten Seite (je nach Blattstruktur) angesprochen werden,
- in allen tagesaktuellen Informationssendungen des Hörfunks und des Fernsehens während der oben genannten Tageszeiten[9] ausgestrahlt werden bzw.
- auf der ersten Ebene einer News-Site auf der obersten Bildschirmseite (HD-Auflösung 1920 x 1080, Darstellungsgröße 100 %) platziert oder verlinkt sind; dazu gehören auch als News-Ticker oder unter „Schlagzeilen" u.Ä. angekündigte Beiträge, sofern sie ohne Scrollen zu sehen sind.

[6] Radiotest: Radionutzung im Tagesverlauf 2014, Erwachsene über zehn Jahre (http://mediaresearch.orf.at/c_radio/console/console.htm?y=4&z=3).

[7] AGTT/GfK TELETEST: Fernsehnutzung im Tagesverlauf 2014, Erwachsene über zwölf Jahre (http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/console.htm?y=1&z=2).

[8] IAB Österreich: Internetnutzung im Tagesverlauf, Mai/Juni 2014, Erwachsene zwischen 16 und 69 Jahre (www.iab-austria.at/wp-content/uploads/2014/09/DACH_Studie_2014_AT_Launchpraesentation.pdf).

[9] Eine Liste der Sendungen befindet sich im Anhang.

Während also im Radio- und Fernsehbereich die Nachrichtensendungen als Ganzes analysiert wurden, sollten die für den Print- und Online-Bereich definierten Kriterien erlauben, der Untersuchung die von den Redaktionen als Top-Beiträge des Tages präsentierten Berichte und Kommentare zugrunde zu legen. Nichtsdestotrotz ist jede Auswahl kritikwürdig.

Für die Inhaltsanalyse wurde ein Codebuch entwickelt, das 50 Variablen umfasst; es ist am Ende dieses Bandes abgedruckt. Am Beginn der Inhaltsanalyse lief ein Pre-Test anhand von Beispielen aus allen Mediengenres, um die Tauglichkeit der Variablen und Merkmalsausprägungen zu prüfen bzw. zu modifizieren und die Codieranleitungen zu präzisieren. Im Zuge der oben beschriebenen Erweiterung der Auswahlkriterien für die zu codierenden Beiträge wurde das ursprünglich umfangreichere Codebuch auf die letztlich gültige Version reduziert. Die Codierung wurde von 15 Codierern zwischen 20 und 70 Jahren (neun Frauen und sechs Männern) durchgeführt, um einem studentischen Bias entgegenzuwirken. Um sicherzustellen, dass die relevanten Textstellen und Bildinhalte weitgehend einheitlich und übereinstimmend kategorisiert werden, fanden nicht nur umfangreiche Schulungen der Codierer, sondern auch regelmäßige Treffen statt, in deren Rahmen vor allem die Interpretationsoptionen der qualitativen Variablen diskutiert und strittige Fälle erörtert wurden. Im Hinblick auf die sensiblen Indikatoren wurden bis zu 5 % aller Beiträge gegencodiert, um Reliabilitätskoeffizienten berechnen zu können. Variablen, für die nicht ausreichend gute Reliabilitätswerte erzielt werden konnten (Cohens Kappa < 0,80; vgl. Landis & Koch 1977), wurden aus der Analyse ausgeschlossen.[10]

[10] Siehe Fußnote 2.

4 Ergebnisse

Insgesamt wurden 24.612 Medienbeiträge aus dem Jahr 2014 analysiert. 81,3 % aller Beiträge waren redaktionell gestaltete Nachrichten im engeren Sinn; 18,7 % der Beiträge hatten reinen Service-Charakter (Wetter, Verkehrsinformationen, Werbung). Die höchsten Service-Anteile (vgl. Tabelle 2) wurden erwartungsgemäß beim Radio und bei branchenfremden Online-Anbietern gemessen. Im Print-Sektor liegen sie bei Gratistiteln etwas höher als bei Kauftiteln, der gegenüber Privatsendern höhere Wert für das öffentlich-rechtliche Fernsehen erklärt sich durch das breite Angebot unterschiedlicher Nachrichtensendungsformate in ORF 2, die vor allem in Bereich der regionalen Information einen stärkeren Fokus auf Service haben.

Tabelle 2: Anteil der Service-Beiträge

Medientyp	Anteil Service
Kaufzeitungen	7,2 %
Gratiszeitungen	9,8 %
Öffentlich-rechtliches Radio	24,9 %
Privatradio	26,3 %
Öffentlich-rechtliches Fernsehen	7,8 %
Privatfernsehen	4,0 %
Online: Branchenspezifische Anbieter	5,6 %
Online: Branchenfremde Anbieter	25,5 %

Die weiteren Auswertungen basieren, wenn nicht anders angegeben, auf allen redaktionell gestalteten Nachrichten im engeren Sinn (N = 20.007). Tabelle 3 zeigt die Aufteilung der analysierten Beiträge auf die einzelnen Medien. Einige der nachfolgenden Auswertungen des Datenmaterials kontrastieren die jeweiligen Gesamtwerte mit den Ergebnissen für die „Aufmacher“, da diese Beiträge als aus dem täglichen Nachrichtenangebot besonders herausragend angesehen werden können (N = 10.641). Als „Aufmacher“ wurde bei Zeitungen und News-Sites jener Beitrag auf einer Seite bzw. Website gewertet, der die größte Aufmerksamkeit erregt: Aufmacher haben in der Regel die größte Überschrift und sind primär in der oberen Seiten- bzw. Bildschirmhälfte

platziert. Bei Informationssendungen wurden jene Beiträge, die im Trailer genannt sind, bzw. bei Sendungen ohne Trailer die ersten drei Beiträge als „Aufmacher“ definiert (vgl. Kepplinger et al. 1989.).

Tabelle 3: Zahl der analysierten Beiträge (N = 20.007; davon Aufmacherbeiträge N = 10.641)

Print	Gesamt	Aufmacher
Der Standard	532	230
Die Presse	438	208
Kronen Zeitung	282	144
Kurier	263	95
Kleine Zeitung	269	161
Oberösterreichische Nachrichten	561	297
Salzburger Nachrichten	253	140
Tiroler Tageszeitung	378	178
Vorarlberger Nachrichten	563	233
Heute	171	67
Österreich	225	120

Fernsehen	Gesamt	Aufmacher
ORF eins	433	252
ORF 2	1.340	485
ORF III	166	60
ATV I	285	174
ATV II	94	63
PULS 4	439	83
ServusTV	201	63

Radio	Gesamt	Aufmacher
Ö1	1.451	269
Ö3	730	485
FM4	1.031	626
KRONEHIT	541	472
Radio Niederösterreich	994	639
Radio Oberösterreich	896	685
Radio Steiermark	885	711
Radio Wien	685	504
88.6 Wien	716	517
Antenne Steiermark	858	580
Life Radio OÖ	1.046	704
Radio Arabella Wien	804	566
Radio Energy Wien	537	388

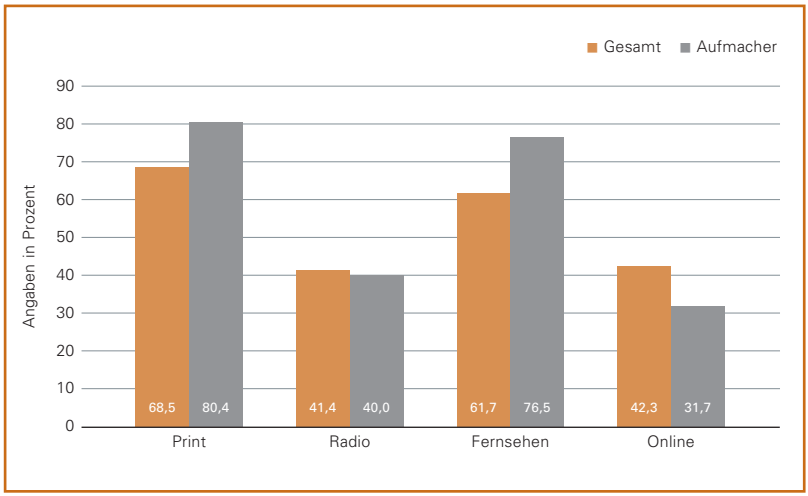
Online	Gesamt	Aufmacher
derstandard.at	337	25
krone.at	212	42
oe24.at	381	165
orf.at	759	146
gmx.at	251	64

4.1 Qualitätsmerkmal Transparenz

4.1.1 Urhebertransparenz

Die Transparenz der Berichterstattung, die quer über alle Demokratieverständnisse hinweg als Voraussetzung qualitätsvoller Berichterstattung gelten kann, wurde in zweierlei Hinsicht gemessen: als Nachweis der (journalistischen) Urheberschaft eines Beitrags und als Nennung der einem Beitrag zugrunde liegenden Quellen. Die Urhebertransparenz (vgl. Abbildung 1) ist im Print- und Fernsehbereich generell hoch und ist bei den Aufmacherbeiträgen noch höher. Bei den Informationssendungen im Hörfunk ist sie erwartungsgemäß niedriger, doch trifft dies auch auf den Online-Sektor zu. Hier ist es allerdings wenig verständlich, die Urheberschaft eines Artikels geheim zu halten. Dies mag – neben investigativem Journalismus – in Einzelfällen seine Berechtigung haben, wenn etwa in einer sehr kontroversen öffentlichen Angelegenheit Shitstorms gegen den Autor zu befürchten sein könnten, doch kann dies nicht generell als Begründung verwendet werden – und gilt auch nicht generell. Eine Auswertung nach einzelnen News-Sites zeigt nämlich deutlich, dass zwei der fünf untersuchten Plattformen für das bedenkliche Ergebnis verantwortlich sind: oe24.at und orf.at (vgl. Abbildung 2). Eine Fortsetzung dieser Praxis würde angesichts der steigenden Bedeutung von Online-Medien für die Informationssuche gerade in den Altersgruppen der unter 40-Jährigen einen Verlust an Transparenz und damit an Qualität bedeuten.

Abbildung 1: Urhebertransparenz nach Mediengattungen (Anteil der Beiträge mit Nennung des Urhebers bzw. der Urheber)



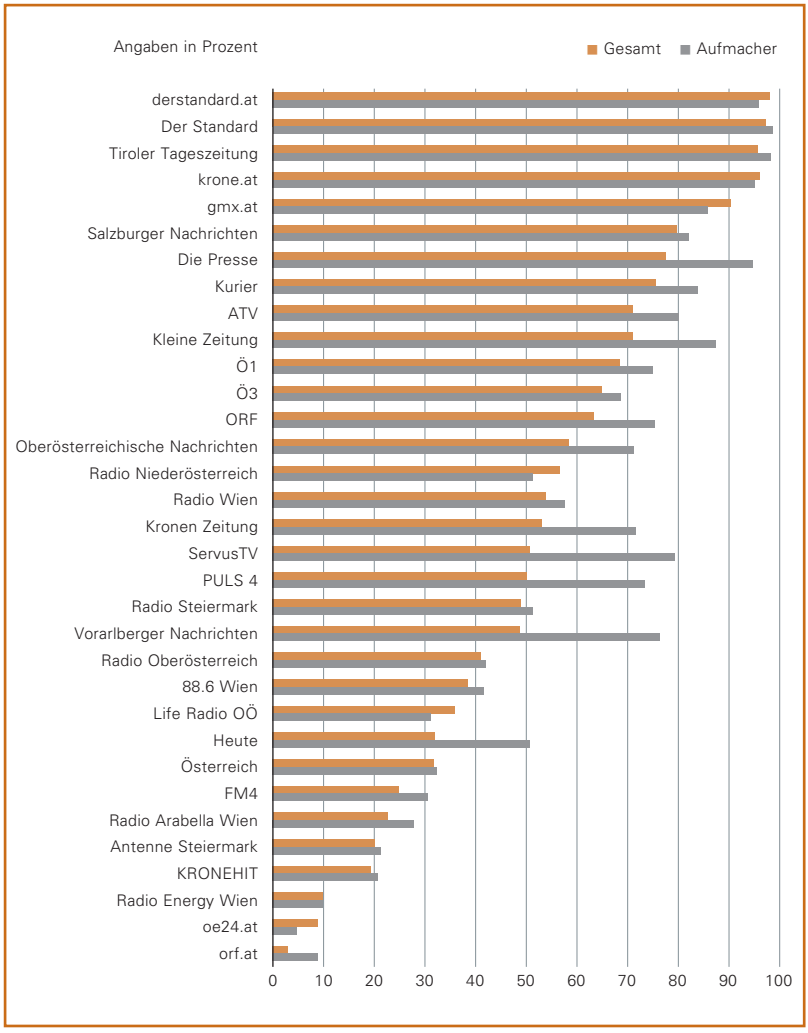
Auch in den traditionellen Mediensektoren verweist die Übersicht nach einzelnen Medien (in der die zwei ATV-Programme und die drei ORF-Programme zusammengefasst sind) auf aufschlussreiche Verteilungen und „Ausreißer" vom allgemeinen Trend.[11] So gelten für ServusTV und PULS 4 geringere Werte als für ATV und ORF, wenngleich die Aufmacherbeiträge vergleichsweise transparenter gestaltet sind. Diese Zweiteilung zeigt sich auch im Vergleich der Hauptabendnachrichten, deren Werte von knapp 90 % (für „ATV aktuell" um 19:20 Uhr und die „ZIB 20") oder gar 100 % (für die „klassische" „Zeit im Bild"-Sendung in ORF 2) bis zu Werten zwischen 70 und 80 % (für „Guten Abend Österreich" bzw. „PULS 4 News" und das „Servus Journal") reichen. Weit

[11] Die Reihung der Titel in allen Darstellungen nach einzelnen Medien erfolgt anhand der Gesamtwerte; die Werte für die Aufmacherbeiträge sind ergänzend und relativierend gegenübergestellt.

gravierender sind die Unterschiede im Bereich der Tagespresse, wo die beiden Gratiszeitungen *Heute* und *Österreich* weit hinter die vom *Standard* (in der Print- und Online-Version) angeführte Spitzengruppe zurückfallen.

Heute ist immerhin bei den Aufmachern um mehr Urhebertransparenz bemüht. Im Hörfunksektor lässt sich eine deutliche Zweiteilung zwischen den meisten öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern beobachten: Der Grund dafür sind die gegenüber den stündlichen Nachrichtensendungen zeitlich umfangreicheren „Journal"-Sendungen in Ö1, Ö3 und den Regionalprogrammen des ORF, die der Nennung von Urhebern mehr Raum lassen.

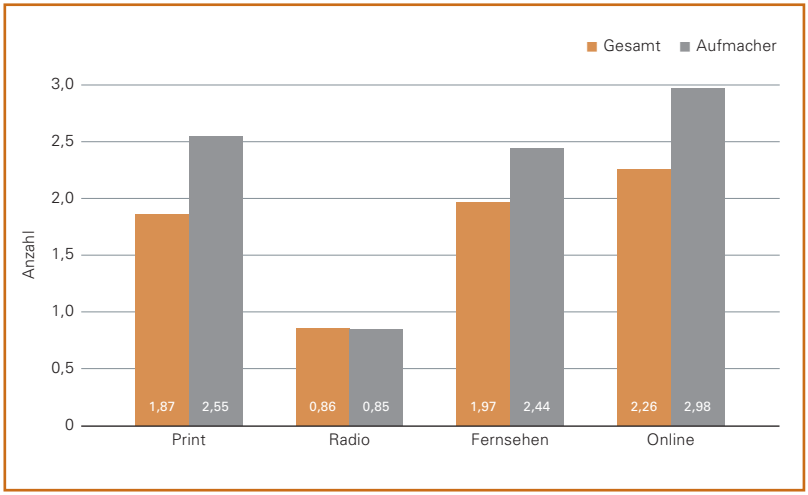
Abbildung 2: Urhebertransparenz nach einzelnen Medien (Anteil der Beiträge mit Nennung des Urhebers bzw. der Urheber)



4.1.2 Quellentransparenz

Auch bei der Quellentransparenz liegen Print- und Fernsehsektor etwa gleich auf, während in den Informationssendungen des Hörfunks im Schnitt kaum mehr als eine Quelle genannt wird; das gilt auch für Aufmacherbeiträge, die sich in dieser Hinsicht nicht vom gesamten Nachrichtenangebot im Radio unterscheiden (vgl. Abbildung 3). Eine Ausnahme bildet hier lediglich Ö1, das mit der Quellendichte in den anderen Mediensektoren mithalten kann (vgl. Abbildung 4).

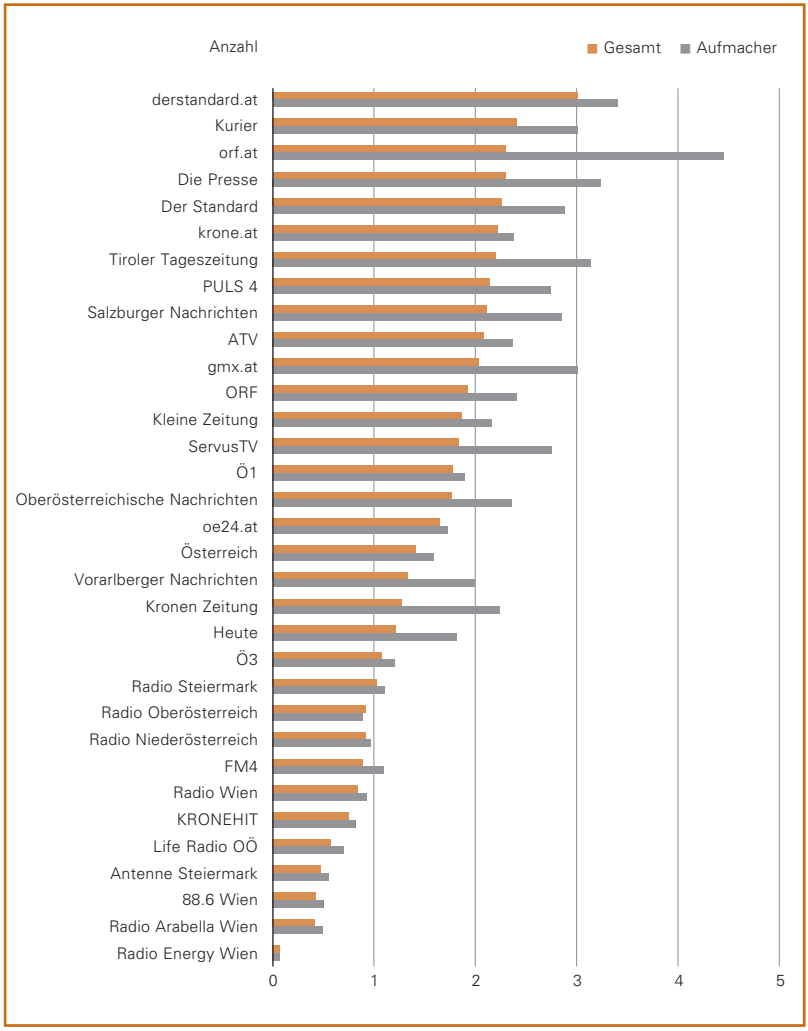
Abbildung 3: Quellentransparenz nach Mediengattungen (durchschnittliche Anzahl der Quellen pro Beitrag)



Während die Tageszeitungen mit der Offenlegung der Quellen (wie der Urheber) sehr unterschiedlich umgehen, ist es überraschend, dass News-Sites – ganz im Gegensatz zu ihrem teilweise sehr schlechten Abschneiden bei der Urhebertransparenz – die höchsten Durchschnittswerte in der Zahl der pro Beitrag ausgewiesenen Quellen aufweisen, und zwar nicht nur auf dem hohen Aggregatniveau der Mediengattung. Vielmehr schneiden in allen vier Fällen, in denen ein Vergleich mit den dazugehörigen „traditionellen" Medien möglich ist (ORF, *Der Standard, Kronen Zeitung, Österreich*), die Online-Ableger signifikant besser ab.

Dies sollte zum Anlass genommen werden, um auch in der Urheberfrage mehr Transparenz an den Tag zu legen.

Abbildung 4: Quellentransparenz nach einzelnen Medien (durchschnittliche Anzahl der Quellen pro Beitrag)

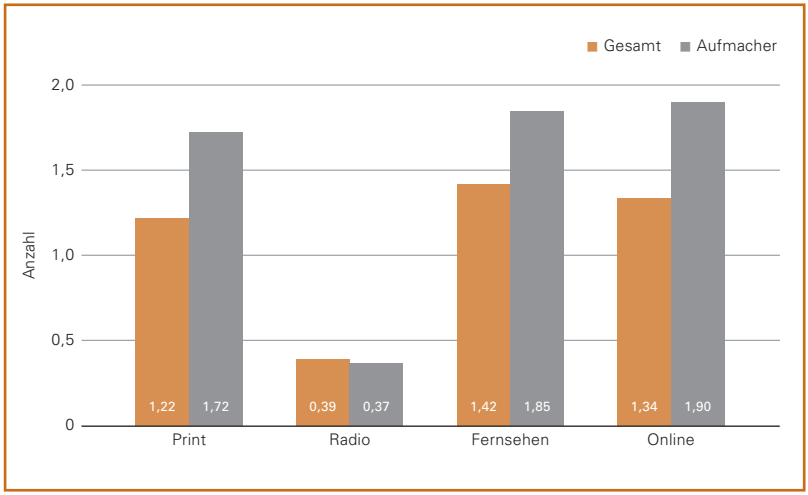


4.2 Qualitätsmerkmal Vielfalt

4.2.1 Vielfalt der Meinungen

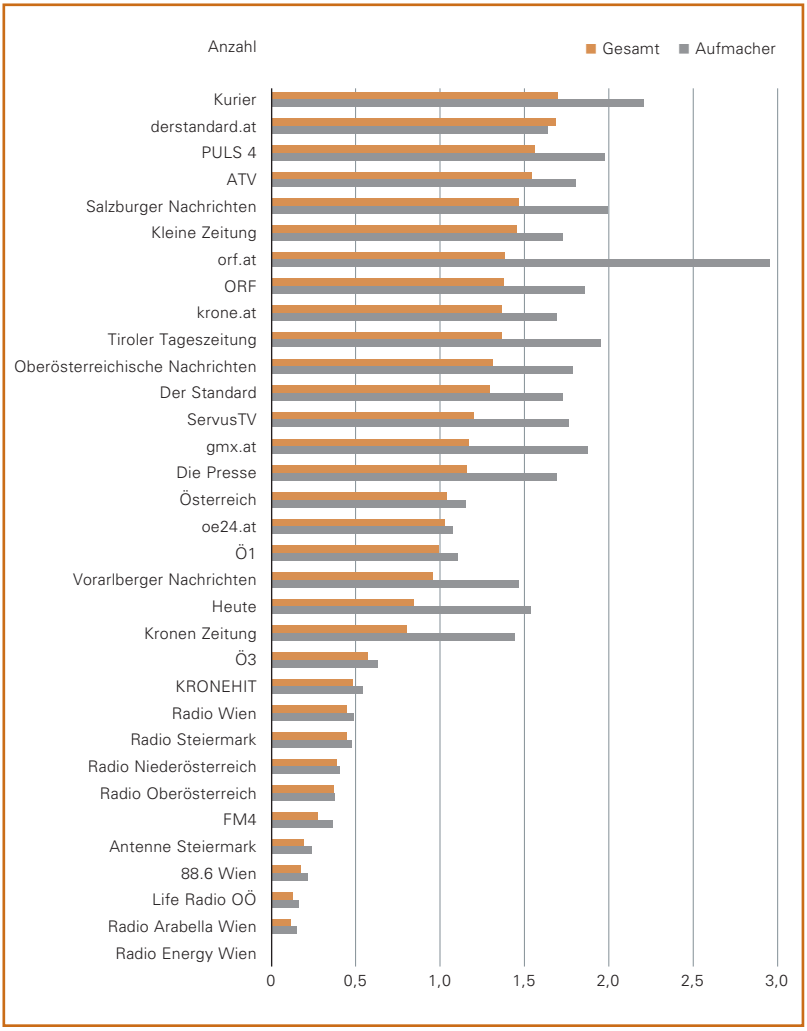
Transparenz und Meinungsvielfalt sind jene beiden Merkmale von Medienqualität, die demokratietheoretisch generell als grundlegende Voraussetzungen einer systemlegitimierenden öffentlichen Diskussion erachtet werden. Eine wichtige quantifizierbare Prämisse von authentischer Meinungsvielfalt ist die Zahl der in einem Beitrag zu einem bestimmten Thema zitierten Akteure. Diesbezüglich zeigt ein Blick auf die gattungsbezogene Auswertung (vgl. Abbildung 5) zweierlei: Die durchschnittliche Zahl der zitierten Akteure liegt durchwegs, ob auf die gesamte analysierte Berichterstattung oder die Aufmacher bezogen, unter der Zahl der genannten Quellen. Und: Der hinsichtlich der Quellentransparenz gegebene Vorsprung der Online-Medien geht verloren. Das bestätigt auch die Auswertung nach einzelnen Medien (vgl. Abbildung 6). Im Vergleich zur durchschnittlichen Zahl der Quellen rücken alle Online-Medien um einige wenige Rangplätze nach unten, während die Fernsehsender, bei denen die Differenz zwischen diesen beiden Indikatoren verhältnismäßig gering ausfällt, einige Ränge gutmachen können. Lediglich orf.at verhält sich zumindest in seinen Aufmacherbeiträgen gegen den Trend und gibt durchschnittlich drei Akteuren die Gelegenheit, in direkten Zitaten zu Wort zu kommen. Damit schafft der Online-Auftritt des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (trotz seines Defizits im Hinblick auf die Urhebertransparenz) eine nachahmenswerte Voraussetzung für Meinungsvielfalt.

Abbildung 5: Meinungsvielfalt nach Mediengattungen (durchschnittliche Anzahl der zitierten Akteure pro Beitrag)



Eine stärkere Präsenz von Akteuren liegt schon in der Natur des Mediums Fernsehen begründet, dessen Berichterstattung nicht zuletzt vom O-Ton der Personen, über die berichtet wird, lebt, wenn auch seit Langem ein deutlicher Rückgang sowohl der Länge der einzelnen Statements als auch des Gesamtanteils aller O-Töne an einem Beitrag zu beobachten ist, während der Anteil der journalistischen Stellungnahmen steigt (Melischek & Seethaler 2013). Dieser Trend kann wohl mit einiger Berechtigung dafür verantwortlich gemacht werden, dass sich trotz des generell relativ guten Abschneidens des Fernsehens (alle Sender befinden sich im oberen Drittel der am meisten zitierenden Medien) die absoluten Zahlen dennoch auf recht niedrigem Niveau bewegen. Er wurde übrigens in deutschen (Wilke & Reinemann 2000) und amerikanischen Langzeituntersuchungen (Patterson 1993) auch für den Print-Bereich aufgezeigt, während hier die vorliegende Studie eine differenzierte Sichtweise nahelegt. Das Spektrum der Rangplätze, die Tageszeitungen einnehmen, ist nämlich – wie in Sachen Transparenz – sehr breit und reicht vom Spitzenreiter *Kurier* bis zur *Kronen Zeitung* an 21. Stelle.

Abbildung 6: Meinungsvielfalt nach einzelnen Medien (durchschnittliche Anzahl der zitierten Akteure pro Beitrag)



4.2.2 Vielfalt der Akteure

So unumstritten Meinungsvielfalt in demokratietheoretischer Perspektive ist, so unterschiedlich sind die Erwartungen, die seitens der einzelnen Demokratiemodelle an die dahinter liegende Vielfalt der Akteure gerichtet werden. Aus einer repräsentativen Sicht kommt es vor allem auf eine starke und den parlamentarischen Kräfteverhältnissen entsprechende Repräsentanz der politischen Parteien als gewählte Volksvertreter in den Medien an; aus deliberativer Sicht ist es von besonderer Bedeutung, dass nicht nur Akteure mit Entscheidungsgewalt, sondern auch zivilgesellschaftliche Akteure, die in der Regel über keine Entscheidungsgewalt verfügen, aber die Interessen bestimmter Bevölkerungsgruppen parteiübergreifend vertreten, in der Öffentlichkeit präsent sind, wenn es um politische Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse geht; und aus partizipatorischer Sicht sollte im Sinne der angestrebten Inklusion breiter Bevölkerungsschichten in ein gesellschaftliches Engagement die Bevölkerung in ihrer soziodemografischen Vielfalt auch in der Medienberichterstattung repräsentiert sein, um so ein motivierendes Signal an das Publikum zu senden.

Die Repräsentanz der parlamentarischen Parteien in der Berichterstattung wurde anhand des Anteils jener Beiträge gemessen, in denen zumindest eine von ihnen zu den vier zentralen Akteuren gehört. Als Grundgesamtheit wurden nur jene Medienbeiträge herangezogen, deren Themen zu den potenziellen Handlungsfeldern der österreichischen Parteien gehören, sich also erstens um sog. „Hard News" drehen und zweitens entweder einen Österreich-Bezug (auf lokaler, regionaler oder nationaler Ebene) oder einen EU-Bezug aufweisen (vgl. Tabelle 4). Die Auswertung vereint zwei Gruppen von Medien als stark an den Qualitätskriterien einer repräsentativen Demokratie orientiert, die sonst eher selten in einem Atemzug genannt werden: einerseits die beiden führenden „Prestigezeitungen" *Die Presse* und *Der Standard* (letzterer mit seiner Online-Version) und die bundesweit ausgestrahlten öffentlich-rechtlichen Radioprogramme sowie andererseits sowohl die drei auflagenstärksten Blätter *Kronen Zeitung* (wie auch krone.at), *Heute* und *Österreich* als auch den reichweitenstärksten Privatsender ATV (nebst zwei regionalen Privatradios: 88.6 Wien und Antenne Steiermark). Legt man für die Fernsehprogramme des ORF nur die (mit den anderen Sendern vergleichbaren) universellen Nachrichtenformate, also alle „Zeit im Bild"-Sendungen der Analyse zugrunde, so fällt der ORF ebenfalls

in die erste Gruppe, in der er sogar den höchsten Anteilswert an Beiträgen mit Parteien als zentralen Akteuren erreicht: nämlich über 48 %. (Der in der Tabelle genannte niedrige Wert von 21,4 % kommt durch die zahlreichen anderen Formate tagesaktueller Informationssendungen im ORF zustande.) Die Erklärung für die eher selten anzutreffende Gemeinsamkeit von Prestige- und Populärmedien könnte in der Politiknähe beider Gruppen liegen, sei sie nun weltanschaulich begründet oder marktinduziert (Imhof 2008).

Diese Erklärung wird von der signifikant höheren Aufmerksamkeit für die beiden Regierungsparteien (im Vergleich zur Opposition) gestützt, die zwar nicht dem Gedanken der Vermittlung der politischen Kräfteverhältnisse entspricht, aber aus repräsentativer Sicht in gewisser Weise verständlich ist, da ja Regierungen durch Wahlen legitimiert sind. Allerdings widerspricht der in der Medienpräsenz der Regierung häufig anzutreffende Bias in Richtung der kleineren Regierungspartei einem repräsentativen Verständnis von Akteursvielfalt und geht wohl eher mit dem von Hallin und Mancini (2004) diagnostizierten „media-party-parallelism" konform, der in Österreich eine lange Tradition hat und bis in die Gegenwart trotz der weitreichenden Akzeptanz der „Objektivitätsnorm" (siehe Abschnitt 4.4 „Qualitätsmerkmal Professionalität") weiterzuwirken scheint (Seethaler & Melischek 2006).

Tabelle 4: Repräsentanz der parlamentarischen Parteien in der Berichterstattung (gemessen als zentrale Akteure von „Hard News" mit Österreich- bzw. EU-Bezug; N = 8.711)

	Zahl der Beiträge mit Parteien	Anteil der Beiträge mit Parteien an „Hard News" mit Österreich-/EU-Bezug	Zahl der Nennungen von Parteien	Verhältnis der Nennungen Regierung : Opposition	Verhältnis der Nennungen SPÖ : ÖVP*
Der Standard	78	28,7 %	103	6,36	1,07
Die Presse	67	30,6 %	88	6,33	0,58
Kronen Zeitung	46	33,3 %	60	3,29	1,00
Kurier	26	21,3 %	40	7,00	0,84
Kleine Zeitung	31	21,2 %	39	2,90	0,61
Oberösterreichische Nachrichten	47	17,3 %	70	4,83	0,93

Fortsetzung Tabelle 4	Zahl der Beiträge mit Parteien	Anteil der Beiträge mit Parteien an „Hard News“ mit Österreich-/EU-Bezug	Zahl der Nennungen von Parteien	Verhältnis der Nennungen Regierung : Opposition	Verhältnis der Nennungen SPÖ : ÖVP*
Salzburger Nachrichten	12	9,7 %	19	3,75	1,50
Tiroler Tageszeitung	42	19,4 %	60	4,00	0,78
Vorarlberger Nachrichten	48	14,5 %	64	2,37	1,14
Heute	42	35,0 %	59	2,69	0,95
Österreich	47	38,5 %	66	5,60	1,07
Print	**486**	**23,3 %**	**668**	**4,22**	**0,90**
Ö1	270	39,9 %	401	4,26	0,93
Ö3	92	30,1 %	128	2,56	0,61
FM4	52	38,5 %	65	6,22	0,37
KRONEHIT	14	8,5 %	15	2,00	0,67
Radio Niederösterreich	117	25,0 %	154	4,70	0,49
Radio Oberösterreich	106	25,2 %	159	3,42	0,76
Radio Steiermark	120	26,8 %	179	4,59	0,71
Radio Wien	106	24,4 %	145	3,83	1,05
88.6 Wien	101	33,2 %	163	2,98	0,72
Antenne Steiermark	109	32,2 %	158	2,83	0,90
Life Radio OÖ	132	26,8 %	210	2,75	0,79
Radio Arabella Wien	95	23,9 %	140	1,64	0,78
Radio Energy Wien	29	14,8 %	34	1,83	0,83
Radio	**1.343**	**28,1 %**	**1.951**	**3,29**	**0,76**
ORF	181	21,4 %	253	3,58	0,89
ATV	74	44,8 %	120	3,14	0,47
PULS 4	43	27,9 %	60	3,00	0,67
ServusTV	11	18,0 %	12	5,00	0,67
Fernsehen	**309**	**25,2 %**	**445**	**3,40**	**0,72**
derstandard.at	67	40,6 %	101	3,21	0,93
krone.at	30	43,5 %	41	4,13	0,83
oe24.at	26	29,5 %	37	2,36	1,36
orf.at	74	26,8 %	102	2,09	0,73
gmx.at	5	20,8 %	5	4,00	0,33
Online	**202**	**32,5 %**	**286**	**2,71**	**0,87**

* Ein Wert von 1 indiziert ein ausgewogenes Verhältnis der beiden Parteien in der Berichterstattung; Werte > 1 sprechen für eine Begünstigung der SPÖ, Werte < 1 für eine Begünstigung der ÖVP.

Gegenüber der (von den Nachwirkungen eines politischen Parallelismus getrübten) deutlichen Verankerung eines liberal-repräsentativen Demokratie- und Öffentlichkeitsverständnisses scheint sich ein deliberatives Verständnis nur punktuell durchzusetzen. Da sich Akteursvielfalt in diesem Sinn vorrangig auf die Einbindung von zivilgesellschaftlichen Akteuren in gesellschaftliche und politische Entscheidungsprozesse bezieht, ist sie dementsprechend als Anteil jener Beiträge gemessen worden, in denen NGOs diese Funktion zugesprochen wird. Auf den ersten Blick zeigt sich insbesondere bei einer Reihe von Titeln der Prestige- und Regionalpresse, einigen öffentlich-rechtlichen Radiosendern (allen voran Ö3, Radio Niederösterreich und Radio Oberösterreich), bei krone.at, orf.at und – besonders auffällig – bei PULS 4 eine in Relation zur jeweiligen Mediengattung signifikant höhere Präsenz von zivilgesellschaftlichen Akteuren in der Berichterstattung, die freilich maximal 17 % beträgt und für die sich kaum Unterschiede zwischen Gesamtberichterstattung und „Hard News" beobachten lassen. (Da – im Unterschied zu den Parteien – zivilgesellschaftliche Akteure inhaltsanalytisch nicht nur für Österreich, sondern generell ermittelt wurden, liegt den Auswertungen die gesamte Untersuchungsbasis zugrunde.)

Sieht man die Anteilswerte im Kontext des von Gerhards (1997) als Qualitätsindikator empfohlenen Verhältnisses der zivilgesellschaftlichen Akteure zur Elite, dann weitet sich das Spektrum der Medien insofern ein wenig aus, als auch mit KRONEHIT und Life Radio Oberösterreich zwei Privatradios hinzukommen, die zwar durchschnittlich weniger über NGOs berichten, aber im Verhältnis zur ebenso geringer ausgeprägten Aufmerksamkeit für Akteure der politischen Elite diese doch stärker hervortreten lassen. (Bei ATV und ServusTV gibt es das gegenteilige Phänomen: Eine als Beitragsanteil gemessene etwas höhere Beachtung von NGOs tritt gegenüber der starken Fokussierung auf die Elite in den Hintergrund.) Aufschlussreich ist, dass es zivilgesellschaftliche Akteure überall dort, wo die Berichterstattung ganz besonders auf politische Parteien (als Teil der Elite) fokussiert (vgl. Tabelle 4), tendenziell schwerer haben wahrgenommen zu werden: Ausnahmen stellen hier lediglich Ö3, *Die Presse* und (schon eher grenzwertig) *Der Standard* dar, wo man versucht, beide Seiten zu berücksichtigen. Geringe Chancen haben NGOs bei den meisten privaten Regionalradios, bei der Gratispresse und bei der *Kronen Zeitung*. Bei diesen Medien ist die deliberative Qualität minimal ausgeprägt.

Tabelle 5: Repräsentanz von zivilgesellschaftlichen Akteuren in der Berichterstattung (gemessen als in Entscheidungsprozesse eingebundene Akteure)

	Zahl aller Beiträge mit NGOs	Anteil der Beiträge mit NGOs an allen Beiträgen	Verhältnis NGOs : Elite in allen Beiträgen	Zahl der „Hard-News"-Beiträge mit NGOs	Anteil der Beiträge mit NGOs an „Hard News"	Verhältnis NGOs : Elite in den „Hard News"*
Der Standard	56	10,5 %	0,36	55	11,3 %	0,35
Die Presse	62	14,2 %	0,52	58	15,0 %	0,50
Kronen Zeitung	6	2,1 %	0,21	4	2,1 %	0,16
Kurier	30	11,4 %	0,42	25	13,2 %	0,41
Kleine Zeitung	29	10,8 %	0,50	24	11,3 %	0,43
Oberösterreichische Nachrichten	66	11,8 %	0,34	55	14,9 %	0,39
Salzburger Nachrichten	39	15,4 %	0,42	34	16,8 %	0,40
Tiroler Tageszeitung	27	7,1 %	0,26	25	8,1 %	0,27
Vorarlberger Nachrichten	37	6,6 %	0,34	34	8,1 %	0,35
Heute	6	3,5 %	0,25	6	4,5 %	0,25
Österreich	10	4,4 %	0,34	8	5,9 %	0,31
Print	**368**	**9,4 %**	**0,37**	**328**	**10,8 %**	**0,37**
Ö1	117	8,1 %	0,24	116	8,6 %	0,24
Ö3	87	11,9 %	0,37	74	13,9 %	0,41
FM4	30	2,9 %	0,15	26	2,9 %	0,14
KRONEHIT	23	4,3 %	0,26	21	7,6 %	0,36
Radio Niederösterreich	74	7,4 %	0,41	61	8,7 %	0,38
Radio Oberösterreich	52	5,8 %	0,27	47	7,8 %	0,29
Radio Steiermark	28	3,2 %	0,18	25	3,8 %	0,17
Radio Wien	65	9,5 %	0,21	60	10,7 %	0,21
88.6 Wien	23	3,2 %	0,12	20	4,4 %	0,13
Antenne Steiermark	23	2,7 %	0,19	17	3,3 %	0,20
Life Radio OÖ	48	4,6 %	0,29	46	6,8 %	0,36
Radio Arabella Wien	15	1,9 %	0,22	15	2,8 %	0,25
Radio Energy Wien	7	1,3 %	0,16	7	2,1 %	0,25
Radio	**592**	**5,3 %**	**0,24**	**535**	**6,6 %**	**0,25**

Fortsetzung Tabelle 5	Zahl aller Beiträge mit NGOs	Anteil der Beiträge mit NGOs an allen Beiträgen	Verhältnis NGOs : Elite in allen Beiträgen	Zahl der „Hard-News"-Beiträge mit NGOs	Anteil der Beiträge mit NGOs an „Hard News"	Verhältnis NGOs : Elite in den „Hard News"*
ORF	91	4,7 %	0,23	75	5,2 %	0,21
ATV	30	7,9 %	0,21	20	8,2 %	0,19
PULS 4	49	11,2 %	0,43	44	16,7 %	0,46
ServusTV	14	7,0 %	0,20	13	8,7 %	0,20
Fernsehen	**184**	**6,2 %**	**0,25**	**152**	**7,3 %**	**0,25**
derstandard.at	22	6,5 %	0,19	22	7,4 %	0,20
krone.at	16	7,5 %	0,36	12	9,3 %	0,32
oe24.at	12	3,1 %	0,24	8	5,2 %	0,20
orf.at	71	9,4 %	0,34	62	11,2 %	0,34
gmx.at	10	4,0 %	0,33	7	6,2 %	0,29
Online	**131**	**6,8 %**	**0,29**	**111**	**8,9 %**	**0,28**

* Ein Wert von 1 indiziert ein ausgewogenes Verhältnis von NGOs und Elite in der Berichterstattung; Werte > 1 sprechen für eine Begünstigung von NGOs, Werte < 1 für eine Begünstigung der Elite.

Die aus partizipatorischer Sicht angestrebte und von einer qualitätsvollen Berichterstattung erwartete Inklusion breiter Bevölkerungsschichten in ein gesellschaftliches Engagement wurde beispielhaft als Anteil der Beiträge gemessen, in denen Frauen unter den vier zentralen Akteuren zu finden sind. Zunächst überrascht es nicht, dass auf der Basis aller Beiträge der Frauenanteil primär in der Gratis- und Populärpresse (*Heute, Österreich, Kronen Zeitung* und krone.at) und im privaten Radio- und Fernsehsektor (allen voran: KRONEHIT, ATV und PULS 4) deutlich über dem jeweiligen Genre-Durchschnitt liegt, da die Grundgesamtheit auch die nicht-politischen Beiträge umfasst. (Bis zu einem gewissen Grad können hier noch der *Kurier* und die *Kleine Zeitung* mithalten.) Gerade in den jenseits der Politik liegenden gesellschaftlichen Bereichen sind ja die Medien weiterhin eher geneigt Frauen eine größere Rolle zuzubilligen, während die Politik immer noch als primär männliches Terrain erachtet wird (Holtz-Bacha & König-Reiling 2007).

Dies belegt auch diese Studie: Je mehr „Hard News" ein Medium bringt, desto tendenziell geringer ist der Anteil der Beiträge, in denen Frauen zu den zentralen Akteuren gehören ($r = -0{,}371$; $p < 0{,}05$). Diese Anteilswerte spiegeln sich auch in den Zahlen zum Verhältnis von Frauen und

Männern als Hauptakteure wider. Überraschend ist hingegen, dass sich das Bild in den genannten Medien bei einer Fokussierung auf „Hard News“ nur zum Teil ändert. Die Anteile der Beiträge mit weiblichen Akteuren sinken zwar durchwegs, aber lediglich bei einigen privaten Regionalradios unter den Genre-Durchschnitt, wobei das Verhältnis von Frauen und Männern dennoch weitgehend unverändert bleibt. Dies bestätigt die Vermutung von Jandura und Friedrich (2014), dass ein partizipatorisches Öffentlichkeitsverständnis vor allem in den primär an einem breiten Publikum orientierten Mediensektoren Fuß fassen kann. Umgekehrt weisen jene Medien, die der politischen Elite näher sind, Defizite in der Inklusion breiter gesellschaftlicher Gruppen auf. Erfreuliche Ausnahmen stellen Ö1 und derstandard.at dar, deren Frauenanteil im „Hard-News“-Bereich über dem jeweiligen Genre-Durchschnitt liegt. Dies gilt auch für ORF eins und ORF III, die bei diesem Indikator im ORF-Vergleich mit 18,3 bzw. 23,6 % deutlich nach oben abweichen.

Allerdings muss angemerkt werden, dass im günstigsten Fall das Verhältnis von Frauen zu Männern in den „Hard News“ der österreichischen Medien etwa 1 : 2,5 beträgt; die gesellschaftliche Realität also bei Weitem nicht abgebildet wird. Dies sollte von den Redaktionen als Alarmsignal verstanden werden, dringend die Kriterien ihrer Akteursauswahl zu überdenken.

Tabelle 6: Repräsentanz von Frauen in der Berichterstattung (gemessen als zentrale Akteure von Beiträgen)

	Zahl aller Beiträge mit Frauen	Anteil der Beiträge mit Frauen an allen Beiträgen	Verhältnis Frauen : Männer in allen Beiträgen	Zahl der „Hard-News"-Beiträge mit Frauen	Anteil der Beiträge mit Frauen an „Hard News"	Verhältnis Frauen : Männer in den „Hard News"*
Der Standard	58	10,9 %	0,23	53	10,9 %	0,23
Die Presse	46	10,5 %	0,23	42	10,9 %	0,25
Kronen Zeitung	67	23,8 %	0,43	30	15,7 %	0,33
Kurier	46	17,5 %	0,34	30	15,9 %	0,29
Kleine Zeitung	44	16,4 %	0,35	37	17,5 %	0,39
Oberösterreichische Nachrichten	79	14,1 %	0,32	50	13,5 %	0,37
Salzburger Nachrichten	32	12,6 %	0,26	27	13,4 %	0,31
Tiroler Tageszeitung	45	11,9 %	0,28	38	12,3 %	0,29
Vorarlberger Nachrichten	77	13,7 %	0,28	53	12,6 %	0,27
Heute	43	25,1 %	0,50	27	20,5 %	0,42
Österreich	74	32,9 %	0,56	32	23,5 %	0,42
Print	**611**	**15,5 %**	**0,32**	**419**	**13,8 %**	**0,30**
Ö1	196	13,5 %	0,25	189	14,0 %	0,26
Ö3	82	11,2 %	0,26	60	11,3 %	0,27
FM4	90	8,7 %	0,19	85	9,3 %	0,19
KRONEHIT	161	29,8 %	0,53	65	23,4 %	0,42
Radio Niederösterreich	124	12,5 %	0,28	82	11,7 %	0,25
Radio Oberösterreich	124	13,8 %	0,30	61	10,1 %	0,25
Radio Steiermark	91	10,3 %	0,26	69	10,6 %	0,26
Radio Wien	66	9,6 %	0,26	58	10,4 %	0,27
88.6 Wien	98	13,7 %	0,34	61	13,4 %	0,34
Antenne Steiermark	104	12,1 %	0,26	64	12,5 %	0,29
Life Radio OÖ	159	15,2 %	0,37	96	14,1 %	0,39
Radio Arabella Wien	104	12,9 %	0,34	60	11,2 %	0,31
Radio Energy Wien	77	14,3 %	0,40	37	11,2 %	0,36
Radio	**1.476**	**13,2 %**	**0,30**	**987**	**12,2 %**	**0,28**
ORF	323	16,7 %	0,32	231	16,1 %	0,30
ATV	83	21,9 %	0,36	54	22,2 %	0,36
PULS 4	90	20,5 %	0,40	56	21,3 %	0,42
ServusTV	25	12,4 %	0,27	22	14,8 %	0,37
Fernsehen	**521**	**17,6 %**	**0,34**	**363**	**17,3 %**	**0,33**

Fortsetzung Tabelle 6	Zahl aller Beiträge mit Frauen	Anteil der Beiträge mit Frauen an allen Beiträgen	Verhältnis Frauen : Männer in allen Beiträgen	Zahl der „Hard-News"-Beiträge mit Frauen	Anteil der Beiträge mit Frauen an „Hard News"	Verhältnis Frauen : Männer in den „Hard News"*
derstandard.at	53	15,7 %	0,35	44	14,8 %	0,31
krone.at	40	18,9 %	0,30	22	17,1 %	0,28
oe24.at	113	29,7 %	0,54	22	14,2 %	0,26
orf.at	72	9,5 %	0,19	52	9,4 %	0,22
gmx.at	70	27,9 %	0,62	16	14,2 %	0,28
Online	**348**	**17,9 %**	**0,36**	**156**	**13,5 %**	**0,26**

* Ein Wert von 1 indiziert ein ausgewogenes Verhältnis von Frauen und Männern in der Berichterstattung; Werte > 1 sprechen für eine Begünstigung von Frauen, Werte < 1 für eine Begünstigung von Männern.

4.3 Qualitätsmerkmal Relevanz

Im Zuge der bisher berichteten Auswertungen wurden bereits mehrfach die „Hard News", also die Nachrichten aus den gesellschaftlichen Kernbereichen Politik, Wirtschaft und Kultur, als Bezugsgröße verwendet. Doch nur aus Sicht eines repräsentativen Demokratieverständnisses (Jandura & Friedrich 2014) werden sie a priori als „für das demokratische Gemeinwesen besonders bedeutsame Bereiche" erachtet, deren „ausreichende Thematisierung" als Qualitätsmerkmal gilt (fög 2014, 244). Aus einer deliberativen Perspektive ist hingegen schon an der nicht hinterfragten Geltung bestimmter Themen als kollektiv bedeutsam zu zweifeln, da diese das Ergebnis eines öffentlichen Aushandlungsprozesses sein müsste, während eine partizipatorische Haltung prinzipielle Bedenken gegen jede thematische Eingrenzung hat. Der Vergleich der Mediengattungen (vgl. Abbildung 7) zeigt mit Anteilswerten von über 70 % eine weithin starke Präsenz von „Hard News" in den untersuchten Informationsangeboten, die von den Aufmachern sogar noch getoppt wird. Lediglich im Online-Sektor scheint das Relevanzkriterium bei der Nachrichtenauswahl an Bedeutung zu verlieren, doch – wie die Analyse nach einzelnen Medien zeigt (vgl. Abbildung 8) – täuschen die Gesamtwerte, da sie von zwei Websites bestimmt werden, die zusammen mit KRONEHIT die Schlusslichter der Skala bilden: oe24.at und gmx.at. Während dort „Soft News" über Sport, Lokales, Lifestyle und Celebrities mehr als die Hälfte der Top-Beiträge des Tages einnehmen, galten die

Aufmacher von derstandard.at im Untersuchungszeitraum sogar ausschließlich den „Hard News“ (wie übrigens auch im Morgenjournal in Ö1). Würde man für das ORF-Fernsehen nur die „Zeit im Bild“-Sendungen heranziehen, so lägen die Anteilswerte bei 84,3 bzw. bei den Aufmachern bei 93,3 % und somit im letztgenannten Bereich auf gleicher Höhe mit dem an erster Stelle gereihten Radiosender Ö1. Grundsätzlich lässt sich sagen, dass – von den erwähnten „Schlusslichtern“ abgesehen – bei keinem anderen Indikator die Varianz der Werte quer durch die österreichische Medienlandschaft so gering ist wie beim Merkmal „Relevanz“, die österreichischen Redaktionen also in hohem Ausmaß politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Themen Beachtung schenken.

Abbildung 7: Relevanz der Berichterstattung nach Mediengattungen (Anteil der „Hard News“)

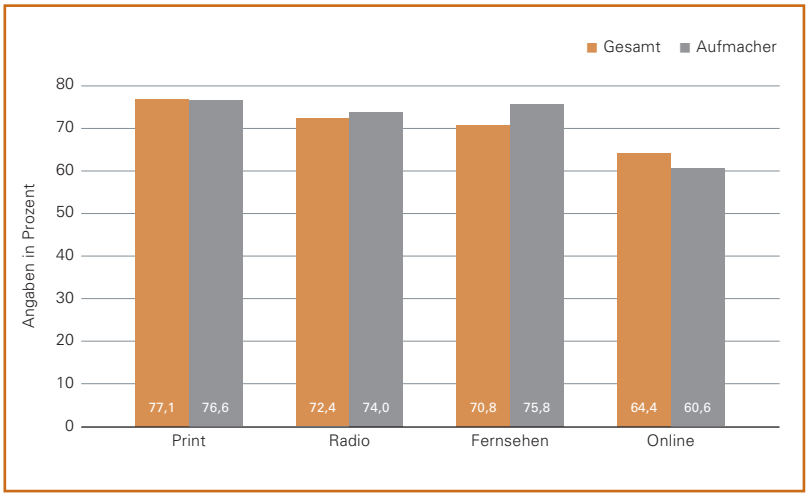
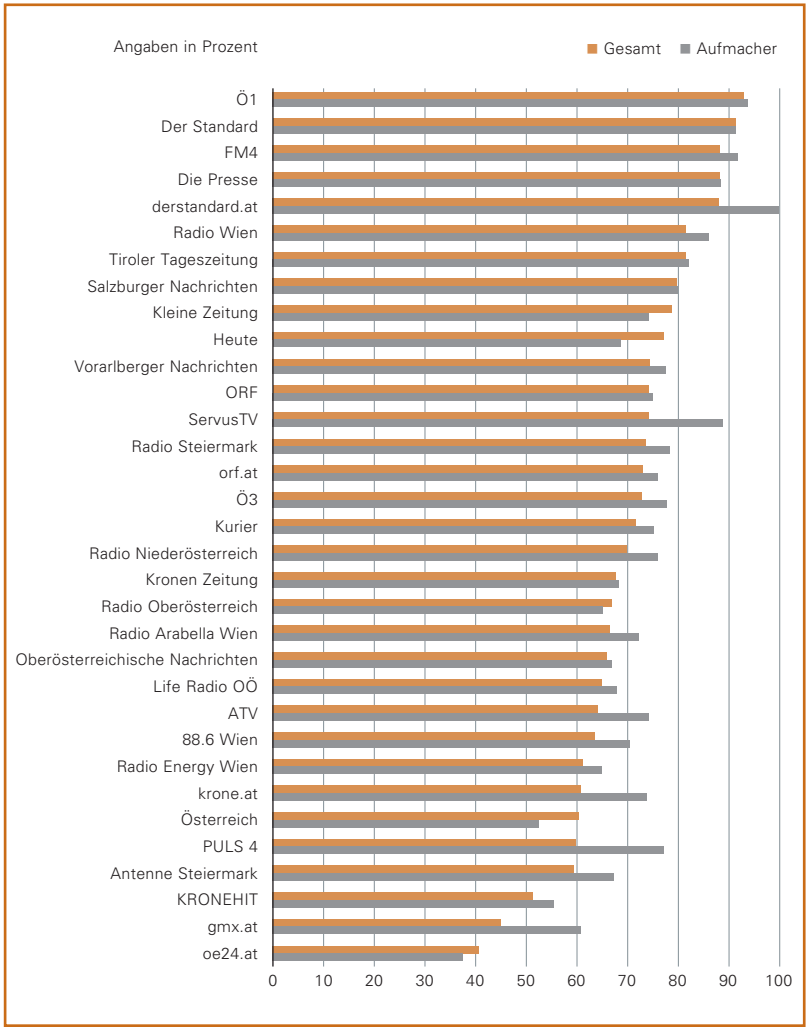


Abbildung 8: Relevanz der Berichterstattung nach einzelnen Medien (Anteil der „Hard News“)



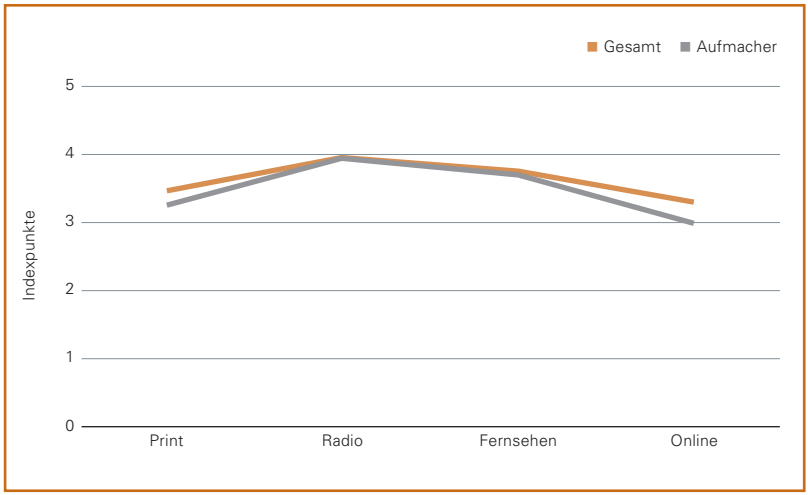
4.4 Qualitätsmerkmal Professionalität

4.4.1 Sachlichkeit und Unparteilichkeit

Geht es um professionelle Berichterstattung, so ist es für eine liberal-repräsentative demokratische Ordnung von entscheidender Bedeutung, dass die Bürger sachlich und unparteiisch informiert werden, um so ihre Wahlentscheidungen möglichst unbeeinflusst und rational treffen zu können. Diese „Objektivitätsnorm", zum ersten Mal im US-Journalismus der 1920er-Jahre artikuliert (Ward 2004), war für das journalistische Selbstverständnis insbesondere im westlichen Kulturraum prägend, auch wenn sie in nationalen Kontexten durchaus unterschiedlich geformt wurde (Donsbach & Klett 1993). So sehen Hallin und Mancini (2004) gerade in den mittel- und nordeuropäischen Staaten Spannungen zwischen dem sich im Zuge konvergenter Medienentwicklungen durchsetzenden Objektivitätsideal und den historisch gewachsenen Parallelstrukturen zwischen Medien und politischen Parteien. Auch in dieser Studie konnten Indizien dafür gefunden werden, dass die historisch zuerst von den „großen" politischen Blättern entwickelte und dann ebenso von den prosperierenden Massenzeitungen – als Teil der journalistischen Kultur und des Verständnisses von der gesellschaftlichen Funktion der Medien – gepflegte Nähe zu politischen Akteuren weiterhin wirkungsmächtig zu sein scheint (siehe Abschnitt 4.2.2 „Vielfalt der Akteure"). Auf der anderen Seite trug zunächst vor allem das Radio und später das Mainstream-Fernsehen mit dazu bei, die ideologisch segmentierte Struktur der öffentlichen Meinung zu überwinden und ein Massenpublikum zu schaffen, das zum Träger der verfassungsmäßig institutionalisierten repräsentativen Demokratie werden konnte (Herbst & Beniger 1994; für Österreich: Seethaler & Melischek 2015). Dafür war es erforderlich einen autonomen Handlungsspielraum des Journalismus abzugrenzen, in dem die Objektivitätsnorm zum Maßstab geworden ist. In jüngster Zeit wird jedoch ihre universelle Gültigkeit zusehends in Frage gestellt; selbst in den USA mehren sich die Anzeichen für einen stärker interpretativen Journalismus (Weaver et al. 2007; Hanitzsch & Seethaler 2009). Die durch die Digitalisierung vorangetriebene Diversifizierung des Medienangebots und der Mediennutzung scheint eine präzisere Marktorientierung und deutlichere medienspezifische Profilierung zu verlangen, die auch das journalistische Selbstverständnis tangieren (Jarren, Künzler & Puppis 2012). Dies gilt insbesondere

für Online-Medien, die infolge der niedrigen Zugangsbarrieren mit Erwartungen an eine deliberative und partizipatorische Öffentlichkeit konfrontiert sind (Debatin 2008).

Abbildung 9: Objektivitätsindex – Mediengattungen (Wertebereich: 1 = niedrige Objektivität bis 5 = hohe Objektivität; tatsachenorientierte Beiträge; Gesamt N = 18.960; Aufmacher N = 10.258)

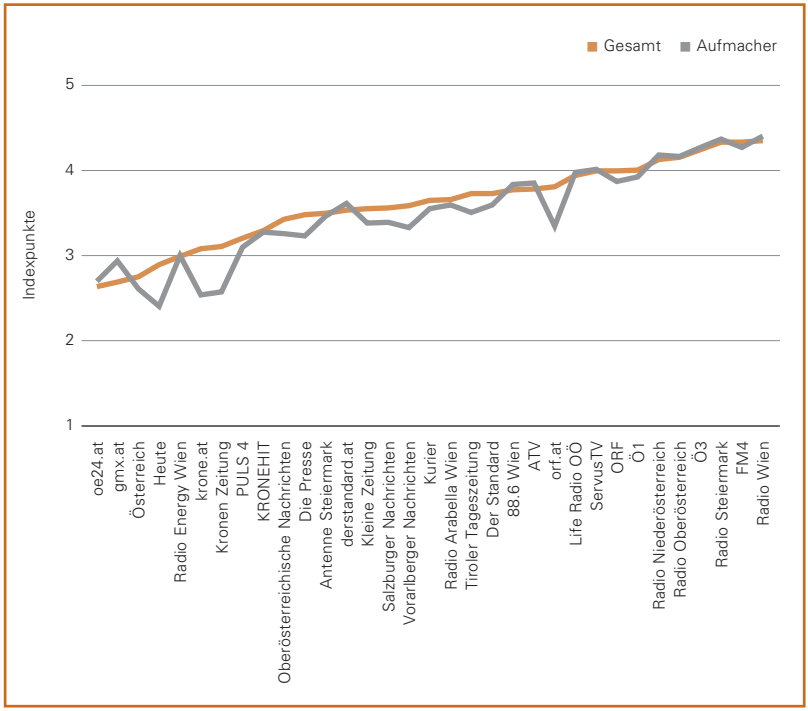


Diese hier nur kurz skizzierte Entwicklung lässt sich auch anhand der Daten ablesen. Für den diesbezüglich konstruierten und verwendeten „Objektivitätsindex" wurden die jeweils auf einer fünfstufigen Skala codierten Qualitätsmerkmale Sachlichkeit und Unparteilichkeit der journalistischen Darstellung zu einem einzigen Wert verrechnet (Wertebereich: 1 = niedrige Objektivität bis 5 = hohe Objektivität; Cronbach's Alpha = 0,737). Untersuchungsbasis waren in diesem Fall ausschließlich tatsachenorientierte Beiträge, da meinungsorientierte Beiträge nicht der Objektivitätsnorm unterworfen sind. Erwartungsgemäß findet sie im Radio- und Fernsehbereich die größte Beachtung, während sie bei den Online-Medien an Bedeutung verliert (vgl. Abbildung 9). Naheliegend sind auch die bei Print und Online gegebenen niedrigeren Werte für die Aufmacher-Stories, da sie stärker als der Durchschnitt der Berichter-

stattung den Einsatz emotionaler Elemente im Sinne einer Aufmerksamkeitsbindung als notwendig erscheinen lassen. Die für den Online-Sektor im Mittelfeld der Skala liegenden Werte wären noch niedriger, wenn nicht – wie die Auswertung nach einzelnen Medien zeigt (vgl. Abbildung 10) – die Internetseite des ORF in dieser Hinsicht kaum vom Gesamttrend des ORF abweichen würde und damit eher gattungsunspezifisch gestaltet ist. (Würde man übrigens auf die „Zeit im Bild"-Sendungen fokussieren, würde das ORF-Fernsehen zwei Ränge nach vorne rücken.)

Ein genauer Blick auf die Rangordnung der Indexwerte zeigt, dass die Objektivitätsnorm in besonderer Weise vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk aufrechterhalten wird: Das obere Fünftel der Skala wird ausschließlich von öffentlich-rechtlichen Radio- und Fernsehkanälen besetzt. Im breiten Mittelfeld sind einerseits private Fernseh- und Radiosender und andererseits Prestige- und Regionalzeitungen zu finden. Für die auflagenstarken Zeitungen und die dazugehörigen Online-Plattformen sind Sachlichkeit und Unparteilichkeit als Handlungsleitlinien in den Hintergrund gerückt, doch selbst für derstandard.at haben sie geringere Bedeutung als für die Print-Version, die unter den untersuchten Tageszeitungen am stärksten diesen „klassischen" journalistischen Qualitätsmaßstäben verpflichtet ist. Inwieweit mit den unterschiedlichen Gewichtungen der Objektivitätsnorm ein Wandel im journalistischen Selbstverständnis verbunden ist, wird der nächste Abschnitt zeigen.

Abbildung 10: Objektivitätsindex – einzelne Medien (Wertebereich: 1 = niedrige Objektivität bis 5 = hohe Objektivität; tatsachenorientierte Beiträge; Gesamt N = 18.960; Aufmacher N = 10.258)



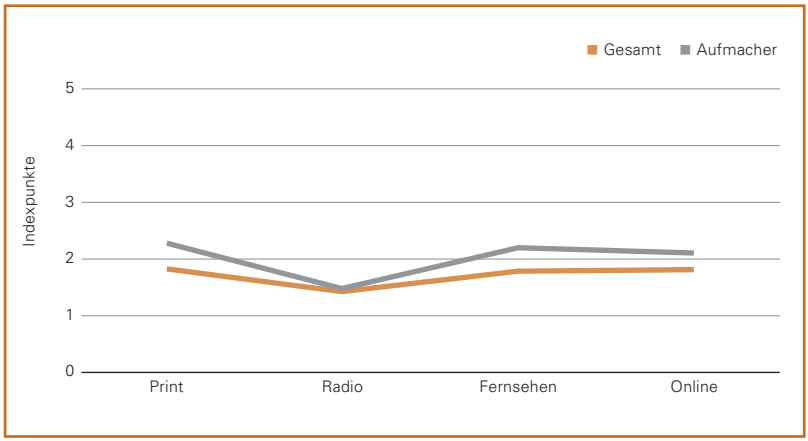
4.4.2 Framing

Ein entscheidender Switch von einem liberal-repräsentativen zu einem deliberativen Öffentlichkeitsverständnis würde sich dann abzeichnen, wenn sich im journalistischen Selbstverständnis das Augenmerk von einer sachlich vermittelten deskriptiven Qualität hin zu einer diskursfördernden analytischen Qualität der Informationsangebote verschieben würde. Dies gilt im Sinne einer notwendigen, aber durch inklusionsfördernde Maßnahmen zu ergänzenden Voraussetzung auch in Richtung eines partizipatorischen Modells (Porto 2007). Inwieweit im tagesaktuellen Informationsangebot des Jahres 2014 diese analytische

Qualität gegeben war, wurde mit Hilfe des „Framing"-Ansatzes untersucht. Aus sechs Dimensionen, die ein „Frame", also eine bestimmte Kontextualisierung eines Themas ausmachen – Problemdefinition, Ursachenzuschreibung, Bewertungen, Diskussion von Konsequenzen und Lösungen, Nennung von in Entscheidungsprozessen involvierten und betroffenen Akteuren – wurde additiv ein sog. „Diskursindex" gebildet, der Werte zwischen 0 und 6 annehmen kann, wobei „6" eine hohe diskursfördernde Qualität bedeutet (Cronbach's Alpha = 0,715).

In der Zusammenschau der Ergebnisse zeigt sich, dass – im Unterschied zur deskriptiven Qualität der Berichterstattung im Sinne der Objektivitätsnorm, die bei den meisten Medien Werte über der Skalenmitte aufweist – die analytische Qualität eher schwach ausgeprägt ist: allen Mediengattungen und die meisten Medien bleiben hier unterhalb der Skalenmitte; ein deliberatives Demokratieverständnis scheint in der österreichischen Medienszene erst langsam Fuß zu fassen. Besonders tief liegt der Gesamtwert für das Radio, was sich wohl durch die notwendige Kürze von Radionachrichten erklären lässt, wenngleich die öffentlich-rechtlichen Programme im Schnitt besser abschneiden als die privaten. In besonderer Weise gilt dies für Ö3, das zeigt, dass man auch Radionachrichten mit etwas mehr diskursfördernder Background-Information gestalten kann; und Ö1 fällt ohnehin – wie so oft – aus dem generellen Radiotrend heraus. Welche Muster lassen sich jedoch hinter den nahezu gleich hohen Gesamtwerten für die anderen drei Genres ausmachen?

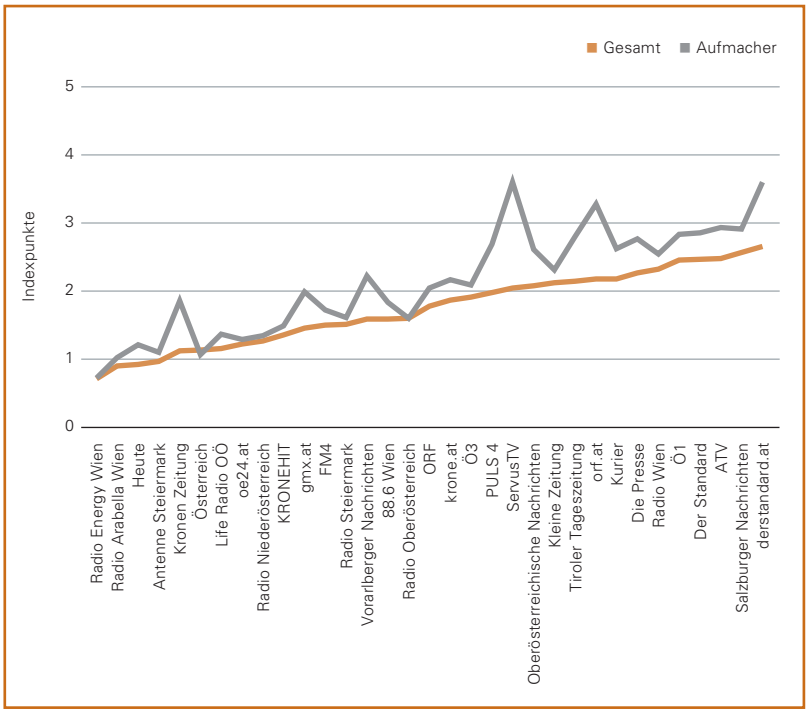
Abbildung 11: Diskursindex – Mediengattungen (Wertebereich: 0 = niedrige Diskursqualität bis 6 = hohe Diskursqualität)



Die Daten für die einzelnen Medien zeigen, dass die Werte für die diversen, von ATV angeführten Fernsehsender näher beisammen liegen als die Werte für die einzelnen Tageszeitungen und News-Sites. Fokussiert man nämlich für das ORF-Fernsehen wiederum auf das (mit den anderen Sendern besser vergleichbare) Informationsangebot in den „Zeit im Bild"-Sendungen, so rückt es (mit einem Wert von 2,22) zwei Ränge über orf.at ins obere Viertel des in deliberativer Hinsicht qualitätsvollen Medienspektrums: Bei diesem Merkmal unterscheiden sich die „Zeit im Bild"-Sendungen am deutlichsten vom Informationsgesamtangebot des ORF. Im Gegensatz dazu tut sich im Print-Sektor eine weite Schere zwischen den stärker diskursorientierten Prestigezeitungen (angeführt von den *Salzburger Nachrichten* und dem *Standard*) und den gegen Ende der Rangordnung platzierten Populär- und Gratiszeitungen auf, wobei sich die meisten Regionalblätter nahe dem Qualitätssegment positionieren. Im Online-Sektor verteilen sich die fünf untersuchten Plattformen ähnlich quer über das Spektrum, wobei dennoch für die drei einen Vergleich zwischen Print und Online ermöglichenden Marken gilt, dass die Internetversion stets eine etwas höhere Diskursqualität als die Print-Version aufweist. Festzuhalten ist auch, dass fast alle Medien, die beim Vielfaltsindikator infolge einer erhöhten Aufmerksamkeit für zivilgesellschaftliche Akteure die stärkste Nähe zu einem deliberativen Öffentlichkeitsverständnis erkennen ließen (siehe Abschnitt 4.2.2 „Viel-

falt der Akteure"), auch hier in der oberen Hälfte der Rangordnung zu liegen kommen. Ob dies als Indiz dafür gedeutet werden kann, dass und inwieweit auf dem österreichischen Medienmarkt etwas in Bewegung geraten ist, soll in der Gesamtschau im Schlussabschnitt diskutiert werden, doch muss eine konkrete Antwort ohne die Möglichkeit eines diachronen Vergleichs offen bleiben.

Abbildung 12: Diskursindex – einzelne Medien (Wertebereich: 0 = niedrige Diskursqualität bis 6 = hohe Diskursqualität)

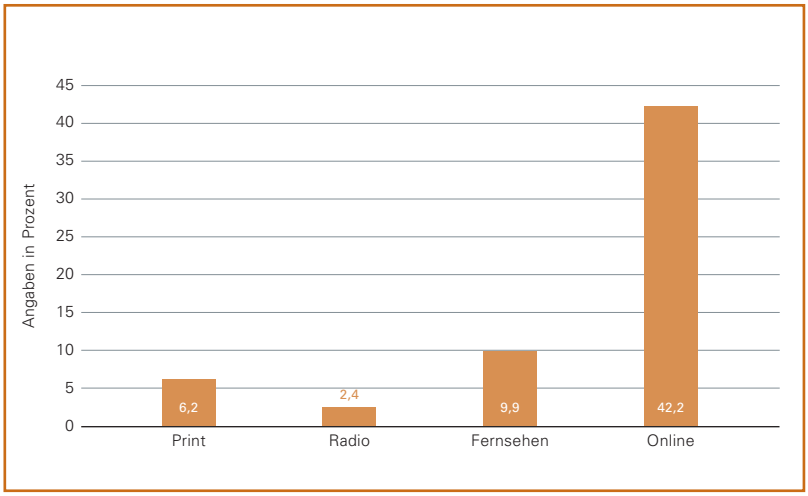


4.4.3 Responsiveness

Abschließend sei noch ein kurzer und die Problematik bestenfalls anreißender Blick auf den aus partizipatorischer Perspektive erwarteten professionellen Stil geworfen. Während sich die der analytischen Qualität von Medieninhalten beigemessene Bedeutung prinzipiell nicht von einem deliberativen Verständnis unterscheidet, gehen die Vorstellungen darüber, was stilistische Qualität ausmacht, weit über die deliberative Position hinaus. Sie bleibt nur insofern erhalten, als in der Verfolgung des übergeordneten Ziels der gesellschaftlichen Inklusion breiter Bevölkerungsgruppen zwar alle Mittel eingesetzt werden können, wenn sie eine klar gezogene Grenze nicht überschreiten: die Anerkennung und Auseinandersetzung mit der Position des Anderen. Diese Orientierung verlangt vom Journalisten, die Anliegen derer, die sonst kaum eine Stimme im öffentlichen Diskurs haben, aufzugreifen als auch dem Publikum Möglichkeiten in die Hand zu geben sich in gesellschaftliche Prozesse einzubringen, sich über den Medienbericht hinaus zu informieren, (medial) zu vernetzen und in diesen Netzwerken auszutauschen. Auf einer ersten, sehr grundlegenden Stufe kann diese „Responsiveness" durch einen journalistischen Stil gefördert werden, der nicht in sich abgeschlossene Berichte hervorbringt, sondern durch explizite Hinweise auf eine aktive Informationssuche und weiterführende Interaktionsangebote im Internet eine Offenheit signalisiert, die beantwortet werden will – und so den Antwortcharakter aller Kommunikation unterstreicht.

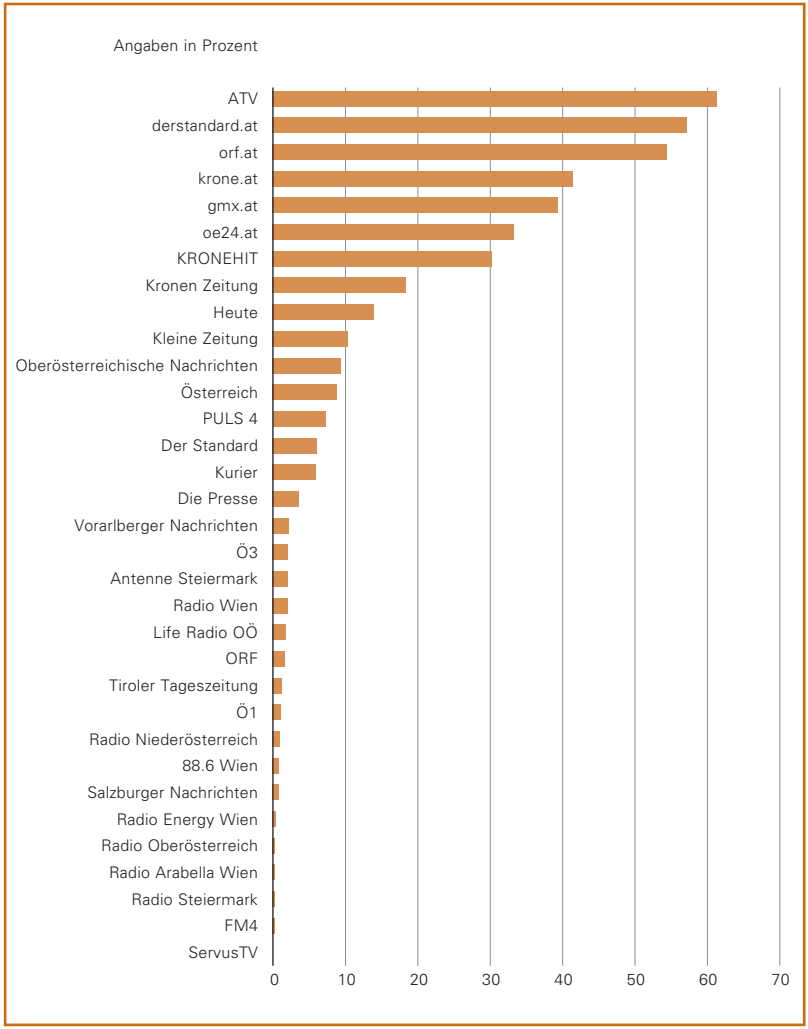
Operationalisiert als Verweise auf Angebote auf der medieneigenen Website, einem Social-Media-Auftritt oder den Websites anderer, im Beitrag genannter Akteure, zeigen die Ergebnisse für diesen Indikator, dass im Online-Sektor zumindest die strukturelle Voraussetzung für eine partizipatorische Qualität der Berichterstattung erwartungsgemäß sehr hoch ist. In allen anderen Mediensektoren ist sie deutlich geringer ausgeprägt (im Informationsangebot des Radios am geringsten), eine crossmediale Aufbereitung von Inhalten wird erst in Ansätzen praktiziert (vgl. Abbildung 13).

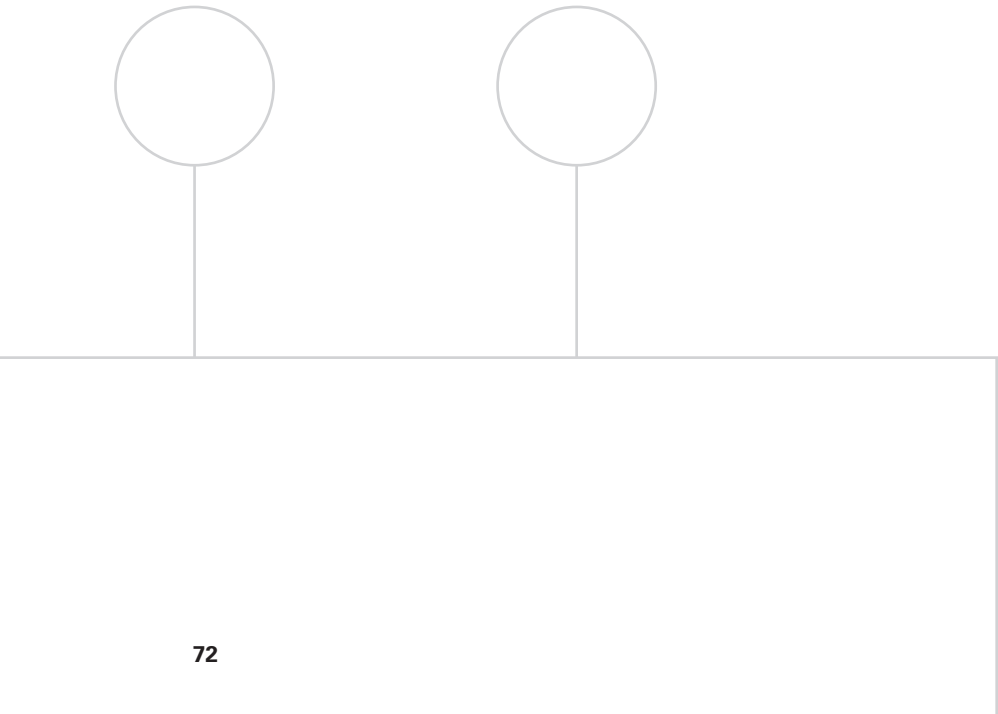
Abbildung 13: Responsiveness der Mediengattungen (Anteil der Beiträge mit Verweisen auf Informations- und Interaktionsangebote im Internet)



Dennoch warten die Einzelergebnisse mit interessanten Details auf (vgl. Abbildung 14). Haben sich in Bezug auf alle anderen Indikatoren die untersuchten News-Sites sehr unterschiedlich verhalten (was auf unterschiedliche redaktionelle Strategien schließen lässt), so liegen sie diesmal nahe beieinander, wenn auch derstandard.at und orf.at das Feld deutlich anführen: Verweise der genannten Art dürften jedenfalls zum online-journalistischen Standardrepertoire gehören. Bemerkenswert ist jedoch, dass jene Medien, für die sich ein partizipatorisches Verständnis von Vielfalt abgezeichnet hat (siehe Abschnitt 4.2.2 „Vielfalt der Akteure"), auch in der Bereitstellung von Ressourcen, die Responsiveness ermöglichen, ein gewisses Engagement an den Tag legen: die privaten Fernseh- und Radiosender ATV, KRONEHIT und PULS 4, die auflagenstarken populären Tageszeitungen *Kronen Zeitung, Heute* und *Österreich*, aber auch *Kleine Zeitung* und *Kurier*. Diese – wie schon in Bezug auf das deliberative Modell – beobachtbare Parallelität der mit unterschiedlichen Indikatoren erzielten Ergebnisse spricht für eine in mehreren Eigenschaften konsistente Berichterstattung in den betroffenen Medien und damit für eine tragfähige Interpretationsgrundlage.

Abbildung 14: Responsiveness der einzelnen Medien (Anteil der Beiträge mit Verweisen auf Informations- und Interaktionsangebote im Internet)





5 Diskussion und Fazit

Die erste in Österreich durchgeführte repräsentative crossmediale Untersuchung des tagesaktuellen Informationsangebots hat in mehrerer Hinsicht versucht, neue Wege in der Qualitätsforschung zu gehen.

In theoretischer Hinsicht wurde die oft zitierte Aussage, dass die Qualität der Demokratie untrennbar mit der Qualität der Medien verknüpft sei, ernst genommen und auf ihre Substanz hin überprüft. Dabei wurde der ebenso häufig zitierte Medienwandel in Relation zu dem sich ebenfalls im Wandel befindlichen Verständnis von Demokratie gesetzt. So wird das in den Verfassungen der meisten westlichen Staaten (wenn auch in teilweise voneinander abweichenden Formen) realisierte liberal-repräsentative Modell zusehends nicht nur von politikwissenschaftlicher und philosophischer Seite, sondern in geradezu dramatisch anwachsendem Ausmaß auch von der Bevölkerung hinterfragt und mit deliberativen und partizipatorischen Formen konfrontiert. Mit den sich wandelnden Vorstellungen von Demokratie sind aber auch veränderte Vorstellungen von Öffentlichkeit und der Rolle der Medien verbunden. Dies wiederum hat Auswirkungen auf die Anforderungen an eine qualitätsvolle, also im Interesse der Aufrechterhaltung einer demokratischen Ordnung liegende Medienberichterstattung.

In methodischer Hinsicht wurde das 2011 vom Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich in Anlehnung an die seit 2004 laufenden Forschungen am Pew Research Center zur Lage der Medien und des Journalismus in den USA[12] ausgearbeitete Modell (zuletzt: fög 2014) im Sinne des theoretischen Ansatzes weiterentwickelt. Aufbauend auf den Klassifikationen von Ferree et al. (2002) und Jandura und Friedrich (2014) wurde erstmals ein umfassendes methodisches Design zur inhaltsanalytischen Untersuchung von Medienqualität aus der Perspektive eines liberal-repräsentativen, eines deliberativen und

[12] Zuletzt: State of the News Media 2015 (www.journalism.org/2015/04/29/state-of-the-news-media-2015).

eines partizipatorischen Demokratieverständnisses vorgelegt. Es fokussiert auf Transparenz, Vielfalt, Relevanz und Professionalität als zentrale Qualitätsmerkmale und deren Stellenwert und Definition im Kontext der drei Modelle. Diese Merkmale wurden einer in Österreich noch nie in dieser Breite vorgenommenen Analyse des tagesaktuellen Informationsangebots zugrunde gelegt. Die Analyse basierte auf der Berichterstattung von 36 Tageszeitungen, Radio- und Fernsehsendern und News-Sites an den mittels einer geschichteten Zufallsauswahl ermittelten Tagen von vier künstlichen Wochen während des Jahres 2014. Auf diese Weise konnte in einem hohen Maß Repräsentativität der Ergebnisse gewährleistet werden.

Hinsichtlich der praktischen Durchführung der Untersuchung gehörte es zu den Anliegen der Studie sowohl den ersten Entwurf des Designs als auch vorläufige Ergebnisse mit Vertretern der untersuchten Medienunternehmen zu diskutieren. Diese dankenswerterweise von der RTR veranstalteten Workshops hatten beträchtlichen Einfluss auf die Erweiterung der Medienbasis (die ursprünglich auf überregional vertriebene bzw. empfangbare Angebote beschränkt war), die Aufnahme zusätzlicher Variablen in das inhaltsanalytische Codebuch (vor allem im partizipatorischen Bereich) und die Art der Darstellung der Ergebnisse. Wünschenswert wäre es, wenn – umgekehrt – Studienergebnisse auch für die unternehmensinterne Diskussion von Maßnahmen zur Qualitätssicherung Informationen und Anregungen liefern könnten. Beide Reflexionsebenen der Beobachtungs- und Kommunikationsleistung der Medien – organisationsinterne und gesellschaftliche Reflexion – ersetzen ja einander nicht, sondern sollten sich ergänzen.

5.1 Versuch einer Gesamtschau

Das Design der Studie war derart angelegt, eine differenzierte Beschreibung der Qualität des tagesaktuellen Informationsangebots in den österreichischen Medien zu ermöglichen. Eine Zusammenschau der mit Hilfe einer Vielzahl von Indikatoren ermittelten Einzelergebnisse dient dem Ziel, in der Gesamtheit aller untersuchten Medien bestimmte Muster zu erkennen, läuft dabei aber immer Gefahr, zu stark zu vereinfachen. Im Zweifelsfall ist es daher ratsam bei den Detailergebnissen nachzusehen, um aus den folgenden Ausführungen keine vorschnellen Schlüsse zu ziehen. Die durch eine Clusteranalyse gestützte Gesamtschau beruht für

alle zehn Qualitätsmerkmale ausschließlich auf je einem Indikator, der sich auf die gesamte untersuchte Berichterstattung und nicht auf die Aufmacherbeiträge bezieht (die freilich – daran ist zu erinnern – stark und durchaus sinnvoll interpretierbar vom jeweiligen Gesamtbild abweichen können). Für die drei Indikatoren zur Messung der Akteursvielfalt wurden die auf die „Hard News" bezogenen Werte herangezogen, da das Vorkommen von Parteien, NGOs oder Frauen in der nicht-politischen Berichterstattung im Kontext einer Qualitätsbeurteilung geringe Aussagekraft hat.

Mit Hilfe der Clusteranalyse lassen sich vier Gruppen von Medien bestimmen, deren Grenzen nur dann in zwei Fällen fließend sind, wenn anstelle des Anteilswerts der Beiträge mit weiblichen zentralen Akteuren das Verhältnis von Frauen zu Männern als zentrale Akteure in die Rechnung eingeht. Die für NGOs und Parteien erhobenen Verhältniszahlen führen im Vergleich zu den ebenfalls ermittelten Anteilswerten zu keinem anderen Ergebnis der Clusteranalyse. Die von den genannten fließenden Grenzen betroffenen zwei Medien sind in Tabelle 7 rechtsbündig an den Übergang zwischen den beiden jeweiligen Gruppen gesetzt.

Tabelle 7: Ergebnisse der Clusteranalyse aller Qualitätsmerkmale (Linkage zwischen den Gruppen, quadrierte euklidische Distanz)

Die Neuigkeitsvermittler: liberal-repräsentativ	Radio Energy Wien	mit (schwach ausgeprägten) partizipatorischen Elementen
	Life Radio OÖ	
	Radio Arabella Wien	
	88.6 Wien	
	Antenne Steiermark	
	FM4	
	Ö3	mit deliberativen Elementen
	Radio Steiermark	
	Radio Niederösterreich	
	Radio Oberösterreich	
	Radio Wien	
Die Nachrichten- und Diskursforen: liberal-repräsentativ und deliberativ	Vorarlberger Nachrichten	
	Der Standard	
	Salzburger Nachrichten	
	Die Presse	
	ORF	
	Tiroler Tageszeitung	
	ServusTV	
	Oberösterreichische Nachrichten	mit partizipatorischen Elementen
	Ö1	
	orf.at	
	Kurier	
	Kleine Zeitung	
	PULS 4	
Die Allrounder: liberal-repräsentativ, deliberativ und partizipatorisch	ATV	
	derstandard.at	
	krone.at	
Die Populären: partizipatorisch	KRONEHIT	mit deliberativen Elementen
	gmx.at	
	Heute	mit liberal-repräsentativen Elementen
	Kronen Zeitung	
	oe24.at	
	Österreich	

Die erste Gruppe besteht ausschließlich aus privaten und öffentlich-rechtlichen Radiosendern, deren tagesaktuelles Informationsangebot der (mitunter allzu knappen) Neuigkeitsvermittlung dient. (Es fehlen KRONEHIT und Ö1.) Die Sender verbindet vor allem (mit Ausnahme von Radio Energy Wien) eine besonders hoch ausgeprägte Verpflichtung zur Objektivitätsnorm, die begleitet wird von moderaten bis im guten Mittelfeld liegenden Werten für die „Hard-News"-Anteile und eine zumeist höhere Präsenz von politischen Parteien in den Nachrichten. Dies zusammen lässt die Gruppe einem liberal-repräsentativen Qualitätsverständnis zuordnen, das in Einzelfällen um die Tendenz zur Inklusion zivilgesellschaftlicher Organisationen oder breiterer Bevölkerungsgruppen ergänzt wird. Die Werte für alle anderen Qualitätsmerkmale sind in der Regel unterdurchschnittlich; mit dem Grenzfall *Vorarlberger Nachrichten* wird der Anschluss an die zweite Gruppe hergestellt.

Grundsätzlich bekennen sich auch die Mitglieder dieser Gruppe zur Objektivitätsnorm, doch ist dieses Bekenntnis weniger stark ausgeprägt als in der ersten. Vielmehr vereinen sie Aspekte eines Nachrichten- und eines Diskussionsforums. In dieser Gruppe befinden sich – nebst Ö1 und orf.at – alle Prestige- und Regionalzeitungen und alle bundesweiten Fernsehstationen (bis zu einem gewissen Grad einschließlich von ATV, das aber in die nächste Gruppe fällt). Sie alle stehen einerseits fest in der liberal-repräsentativen Tradition, was sich deutlich am Anteil der „Hard News" ablesen lässt, der in dieser Gruppe am höchsten ist. Umfassend verwirklichen jedoch nur *Die Presse, Der Standard* und Ö1 das liberal-repräsentative Qualitätsideal, indem sie den Parteien als demokratisch legitimierten Vertretern der Bevölkerung breiten Raum in der Berichterstattung einräumen. Auf der anderen Seite bemühen sich alle Gruppenmitglieder um eine – im österreichischen Maßstab – möglichst hohe Diskursqualität und haben zum Teil auch ein offenes Ohr für NGOs, sodass sie auch versuchen deliberativen Qualitätserwartungen zumindest in Ansätzen zu entsprechen. Darüber hinaus schneiden die meisten von ihnen (mit der bedauerlichen Ausnahme von orf.at) auch in Sachen Transparenz und authentischer Meinungsvielfalt studienweit am besten ab. Bemerkenswert ist, dass jene Medien, die bei den repräsentativen Merkmalen eher am Ende der Gruppenskala anzusiedeln sind wie etwa orf.at, die *Kleine Zeitung*, der *Kurier* und vor allem PULS 4, jene Vertreter dieser Gruppe sind, die die größten Schritte in die Richtung eines partizipatorischen Öffentlichkeitsverständnisses setzen.

Diese Öffnung ist dann vollends bei der dritten Gruppe zu beobachten. So unterschiedliche Medien wie ATV, derstandard.at und (am Rande) auch krone.at versuchen hier als „Allrounder" auf ihre Weise eine Kombination aller drei Dimensionen: Sie lassen politische Parteien relativ intensiv zu Wort kommen (aber bringen, von derstandard.at abgesehen, nicht zu viele „Hard News"), fördern einen gesellschaftlichen Diskurs durch eine akzeptable Einordnungsleistung (berücksichtigen aber mit Ausnahme von krone.at NGOs nicht allzu sehr) und bemühen sich im partizipatorischen Sinn um die Inklusion von Frauen in die Berichterstattung ebenso wie um eine aktive Einbindung des Publikums. Dass sie darüber hinaus auch auf Transparenz Wert legen, unterscheidet sie von den meisten Mitgliedern der vierten Gruppe.

Die letzte Gruppe besteht ausschließlich aus Populärmedien und der Online-Plattform gmx.at. Verbindendes Element ist eine inhaltliche und formale, die neuen kommunikationstechnologischen Möglichkeiten nutzende Öffnung hin zum Publikum, in der das Potenzial zur partizipatorischen Einbindung breiter Bevölkerungsschichten liegen könnte. Die bei einem Teil der hier vertretenen Medien beobachtbare Neigung zu zivilgesellschaftlichen Akteuren (KRONEHIT und gmx.at) kann durchaus in der Nähe eines partizipatorischen Backgrounds angesiedelt werden; inwieweit sich die beim anderen Teil gegebene starke Präsenz von Parteien in der Berichterstattung damit vereinbaren lässt, ist schwierig zu beantworten – zumal bei allen anderen Qualitätsindikatoren die Werte eher schwach ausgeprägt und daher für eine Interpretation (etwa durch aussagekräftige Korrelationen) wenig hilfreich sind. Insbesondere in Bezug auf diese letztgenannte Untergruppe, bestehend aus *Heute, Kronen Zeitung, Österreich* und oe24.at, muss daher in weiten Bereichen (ähnlich wie für Radio Energy Wien in der ersten Gruppe, das, in etwas anderer Konstellation, auch zahlreiche generell schwach ausgeprägte Werte aufweist) von einem Qualitätsdefizit gesprochen werden, das durch die in den letzten Jahren erstarkende Marktposition der Gratiszeitungen verstärkt worden ist.

5.2 Resümee und Ausblick

Generell lässt sich aus der Gesamtschau aller Ergebnisse ableiten, dass die gesellschaftlichen Veränderungen, die Zweifel und die Enttäuschungen, die von immer mehr Menschen dem liberal-repräsentativen Demokratieverständnis entgegengebracht werden, bis zu einem gewissen Grad auch in den Redaktionen angekommen sind. Auch wenn die liberal-repräsentativen Qualitätsmaßstäbe in großen Teilen des Mediensystems ihre Gültigkeit behauptet haben, treten zunehmend, wenn auch zaghaft deliberative und partizipatorische Maßstäbe neben sie. Dieser Prozess kann jedoch in der zukünftigen Entwicklung durch eine Reihe von Faktoren mitgetragen und/oder begünstigt werden, die noch einer genaueren Analyse bedürfen.

Hier ist an erster Stelle der Medienwandel zu nennen. Die (gar nicht mehr so) neuen Online-Medien bieten alleine in technischer Hinsicht bessere Möglichkeiten, Anforderungen an eine deliberative und partizipatorische Qualität der Berichterstattung umzusetzen. Dazu kommen möglicherweise veränderte Erwartungshaltungen seitens eines sozialstrukturell von den Rezipienten traditioneller Medien abweichenden Publikums. Jedenfalls lässt sich für jene vier Medienmarken, von denen die Print- und die Online-Version untersucht wurden, beobachten, dass die Werte des Diskursindex für die Online-Version ohne Ausnahme höher sind als für die dazugehörige Print-Version (vgl. Abbildung 12).

Einen zweiten Faktor könnten neue Informations- bzw. auch Infotainment-Formate darstellen, die in dieser Studie infolge der allein aus forschungsökonomischen Gründen notwendigen Konzentration auf die „klassischen" Nachrichtenformate nicht miteingeschlossen waren. Frühstücksfernsehen, Talkshows, politische Magazine und Online-Formen eines „civic journalism" bieten zweifellos günstigere Rahmenbedingungen für die Realisierung von auf Dialog und Inklusion ausgerichteten Ansprüchen an die journalistische Vermittlungsleistung als Formate, die mit engen strukturellen Vorgaben einhergehen.

Eingefahrene – oder positiv formuliert: lange eingeübte – Strukturen könnten auch durch die gegenwärtig im Entstehen befindlichen News-Rooms aufgebrochen werden. Gerade durch die Orientierung an einer crossmedialen Verbreitung der Inhalte sollte es immer besser möglich

sein, die Inhalte selbst crossmedial aufzubereiten. Gerade partizipatorische Qualitätsansprüche verlangen nach vernetzten, interaktiven Umsetzungen auf der Höhe des jeweils aktuellen technologischen Entwicklungsstandes – und dass hier bei den meisten der traditionellen Medien noch großer Nachholbedarf ist, haben die Untersuchungsergebnisse gezeigt.

Neue Maßstäbe, wie Medienqualität inhaltlich zu definieren ist, könnten hingegen auch von Seiten des Community-Radios und Community-Fernsehens kommen, wo mehr als in allen anderen Medienbereichen basisdemokratische Anliegen in die journalistische Arbeit einfließen und diese bestimmen. Dies wird von politik- wie kommunikationswissenschaftlicher Seite als einer der entscheidenden Schritte in der künftigen Demokratieentwicklung gesehen (bspw. Crouch 2008; Feldmann-Wojtachnia & Glaab 2011; Bennett & Segerberg 2012; Bertelsmann-Stiftung 2014). Wie die oben genannten neuen Formate der Politikvermittlung sollten Vertreter dieses Bereichs in eine mögliche Neuauflage der vorliegenden Untersuchung einbezogen werden.

Schließlich ist noch auf die in Gang befindliche Diskussion des Stellenwerts des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu verweisen, der allein aufgrund des breiten und vielfältigen von ihm produzierten Programmangebots nicht hoch genug einzuschätzen ist – gerade in einer pluralen Medienlandschaft, wie sie nach den (zu) langen Jahren eines hoch „konzentrierten und verflochtenen" Mediensystems (Steinmaurer 2002) nun endlich, wenn auch noch ausbaufähig, in Österreich gegeben ist. Dies lässt sich im Rahmen dieser Studie allein dadurch belegen, dass ein Zehntel des untersuchten tagesaktuellen Informationsangebots vom ORF-Fernsehen produziert wurde, das damit an den Tagen der vier künstlichen Untersuchungswochen doppelt so viele Informationsbeiträge gesendet hat wie alle privaten Fernsehsender zusammen. Dies hat natürlich Auswirkungen auf die Einschätzung seines Beitrags zu einem qualitätsvollen Gesamtangebot.[13] So erlaubt erst eine Gewichtung der

[13] In keinem anderen Genre ist das Ausmaß des untersuchten aktuellen Informationsangebots der einzelnen Medien so unterschiedlich wie im Fernsehbereich. Den Unterschieden in der Frequenz der Beiträge pro Medium wird in den Auswertungen dadurch begegnet, dass die verwendeten Referenzwerte für die einzelnen Mediengattungen auf dem Durchschnitt aller Beiträge und nicht aller Medien in den jeweiligen Genres beruhen.

errechneten Qualitätswerte mit der Frequenz der Beiträge eine adäquate Einschätzung der Produktionsleistung. Dies soll anhand der beiden wichtigsten Indikatoren für eine liberal-repräsentative und deliberative Qualität, der alle Fernsehsender zuzuordnen sind, verdeutlicht werden. Um die Ausgangswerte (wie sie den Abbildungen 10 und 12 zugrunde liegen) mit den gewichteten Werten vergleichen zu können, müssen beide Wertereihen durch eine sog. z-Transformation standardisiert werden. In den Abbildungen 15 und 16 werden für den Objektivitäts- und Diskursindex die Ausgangswerte und die gewichteten Werte gegenübergestellt.

Abbildung 15: Objektivitätsindex – Fernsehen (z-transformierte Werte, ursprünglicher Wertebereich: 1 = niedrige Objektivität = z-Wert -2,84 bis 5 = hohe Objektivität = z-Wert 1,25; tatsachenorientierte Beiträge; Gesamt N = 2.808)

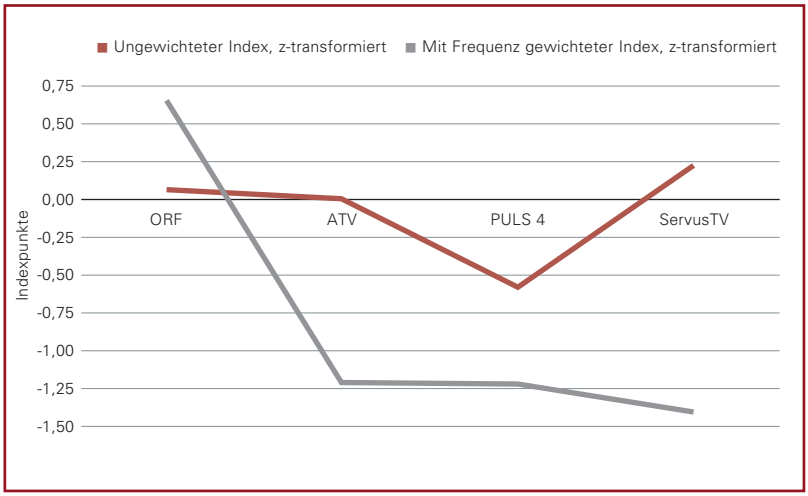
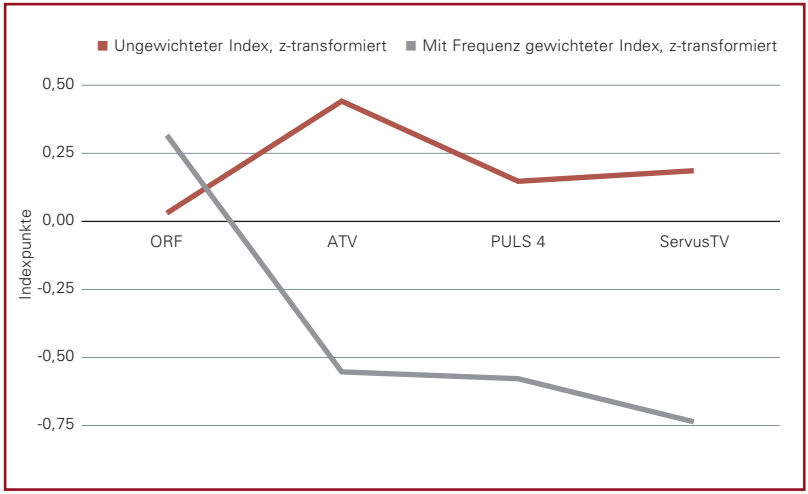


Abbildung 16: Diskursindex – Fernsehen (z-transformerte Werte, ursprünglicher Wertebereich: 0 = niedrige Diskursqualität = z-Wert -1,02 bis 6 = hohe Diskursqualität = z-Wert 2,51; Gesamt N = 2.958)



Die Gegenüberstellung der ungewichteten und mit der Frequenz der Beiträge gewichteten Werte beider Indices zeigt, dass der ORF imstande ist, trotz der thematischen Breite von täglich bis zu 14 für drei Kanäle produzierten Nachrichtensendungen sowohl in liberal-repräsentativer wie in deliberativer Hinsicht eine hohe Gesamtqualität zu bieten, die in Bezug auf die Objektivitätsnorm auch ungewichtet bemerkenswert ist. Nach Kanälen getrennt, ist ORF 2 auf beiden Ebenen führend, während sich ORF eins nur beim Objektivitätsindex an zweiter Stelle halten kann, beim Diskursindex jedoch hinter ATV und PULS 4 zurückfällt. Diese Zahlen könnten Anstoß sein, die Diskussion um den Stellenwert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks insofern in eine etwas andere Richtung zu lenken, als neben der Hochhaltung der ohnehin beachteten Objektivitätsverpflichtung seine – durchaus auch jetzt schon angestrebte – Rolle als deliberatives Diskussionsforum, das sich mehr als bisher zivilgesellschaftlichen Akteuren öffnet und den Anliegen der Menschen, die derzeit hinter die Präsenz von Parteien zurücktreten müssen, mehr Raum verleiht. Beides ist in Ansätzen auf orf.at bereits vorhanden und wäre eine zukunftsträchtige Antwort auf den in Gang befindlichen

gesellschaftlichen und medialen Wandel. Grundsätzlich ist an dieser Stelle auch zu unterstreichen, dass die privaten Fernsehsender in Österreich in den oben beschriebenen Gruppen der „Nachrichten- und Diskursforen" (PULS 4, ServusTV) und der „Allrounder" (ATV) mit respektablen Werten vertreten sind. Ihre unterschiedlichen Stärken liegen in sachlich-unparteiisch präsentierten „Hard News" (ServusTV), der Einbindung zivilgesellschaftlicher Gruppen (PULS 4) und in Bemühungen um eine möglichst breite Inklusion der Bevölkerung (ATV, PULS 4).

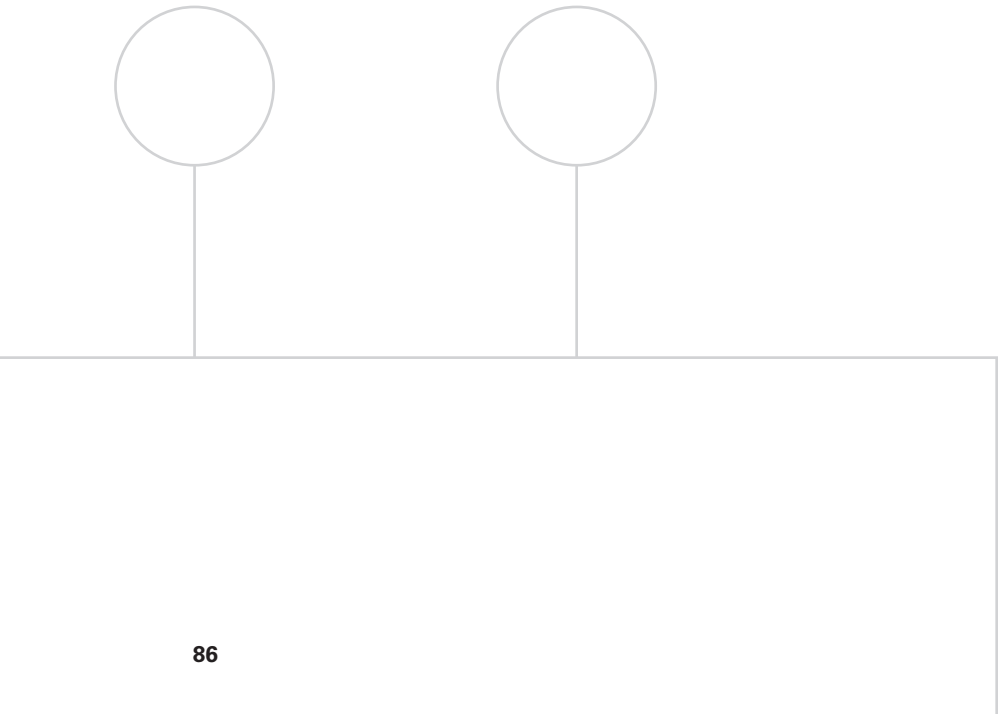
Die Gesamtschau sollte verdeutlichen, dass in der Qualitätsforschung Differenzierung geboten ist. Hier wurde dafür ein dreidimensionales demokratietheoretisches Modell vorgeschlagen. Die als Leitlinien fungierenden demokratietheoretischen Ansätze sind zwar historisch nacheinander entstanden, weil sie gesellschaftliche Veränderungen reflektiert haben, aber die durch sie beschriebenen Realitäten existieren nicht nacheinander, sondern in einer Gesellschaft nebeneinander. Daraus lässt sich ableiten, dass unterschiedliche Medien demokratietheoretisch unterschiedlich fundierte Funktionen haben (oder haben können) – was möglicherweise mit spezifischen redaktionellen Orientierungen, Programmaufträgen und -schemata, Infrastrukturen, Publikumserwartungen u.Ä. zusammenhängt[14] – und dass diese folgerichtig mit unterschiedlichen Maßstäben von Medienqualität gemessen werden müssen. Damit werden Medien nicht aus der Verantwortung entlassen ihren Part zum Wohl des Ganzen beizutragen.

Trotz aller Diversität auf Angebots- und Nutzungsseite erfüllen alle Medien eine gesellschaftliche Aufgabe, in der der besondere rechtliche Schutz, den sie genießen, begründet ist. Dementsprechend sind sie in die Pflicht genommen angesichts des Wandels, in dem sich demokratische Gesellschaften gegenwärtig befinden, ihren Platz in der Gesellschaft (und nicht nur am Markt) selbst zu bestimmen und ihre Rolle gemäß den akzeptierten demokratischen Erfordernissen zu gestalten.

[14] Schon aufgrund der relativ hohen Kosten gibt es viel zu wenig Forschungen zu den Qualitätserwartungen des Publikums. In einer der jüngsten Studien wurde in Deutschland Verständlichkeit als wichtigstes Qualitätskriterium des Publikums ermittelt, doch kann das Publikum durchaus auch Qualitätsunterschiede hinsichtlich Vielfalt, Relevanz und Unparteilichkeit einschätzen (vgl. Urban & Schweiger 2014).

„The first step to rethinking liberal theory is to break free from the assumption that the media are a single institution with a common democratic purpose. Different media should be viewed as having different functions within the democratic system, calling for different kinds of structure and styles of journalism." (Curran 2000, 140) Die Gesellschaft hat wiederum das Recht, die Beachtung der selbst auferlegten Verpflichtungen – ob sie nun liberal-repräsentativen, deliberativen und/oder partizipatorischen Zielsetzungen dienen – nachhaltig zu verlangen.

Wenn die vorliegende Studie diese Diskussion anstoßen und damit zu einer Vergewisserung dessen beitragen kann, welchen Beitrag Medien zur Qualität der Demokratie leisten können und sollen, dann wäre ein wichtiges Anliegen erfüllt.



6 Codebuch der Inhaltsanalyse

6.1 Zeitraum und Umfang der Untersuchung

Die Inhaltsanalyse bezieht sich auf das tagesaktuelle Informationsangebot in 36 Medien – Print, Radio, Fernsehen und Online – an den zufällig über das Jahr 2014 verteilten Tagen von vier künstlichen Wochen. Die nach Wochentagen geschichtete Zufallsauswahl umfasst je zwei künstliche Wochen in den vier Monaten vor und nach den beiden Sommermonaten Juli und August. Mit diesem Verfahren, das die Regeln für die Sample-Bildung in allen vier Mediengenres kombiniert, ist in einem höchstmöglichen Maß Repräsentativität gewährleistet (vgl. Riffe, Lacy & Fico 2005), Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research, New York: Routledge. Für die vier genannten Mediengattungen gelten folgende Auswahlkriterien:

- [Print:] Bei den Tageszeitungen wird die Morgenausgabe für die Analyse herangezogen.
- [Radio/Fernsehen:] Die Auswahl der Radio- und Fernsehsendungen erfolgt innerhalb der Tageszeiten mit den höchsten Reichweiten (Radio: 7:00 bis 13:00 Uhr plus „Drive-Time“ am Abend gegen 18:00 Uhr; Fernsehen: 17:00 bis 23:00 Uhr; siehe Listen in Anhang 1).
- [Online:] Die Auswahl der Online-Meldungen basiert auf dem Stand der News-Sites zum Zeitpunkt mit den durchschnittlich höchsten Zugriffszahlen (um etwa 20:00 Uhr).

In die Inhaltsanalyse gehen alle redaktionellen Beiträge ein, die

- [Print:] auf der ersten Seite bzw. bei kleinformatigen Zeitungen (*Heute, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, Österreich*) auf der ersten Seite und auf der ersten mit „Politik“ überschriebenen Innenseite platziert oder in Schlagzeilen, Teasern und Verweisen am Ende eines Beitrags angekündigt sind sowie in Inhaltsverzeichnissen auf der ersten, zweiten oder letzten Seite (je nach Blattstruktur) angesprochen werden,
- [Radio/Fernsehen:] in den tagesaktuellen Informationssendungen ausgestrahlt werden,
- [Online:] auf der ersten Ebene auf der obersten Bildschirmseite (HD-Auflösung 1920 x 1080, Darstellungsgröße 100 %) platziert

oder in irgendeiner Form verlinkt sind; dazu gehören auch als News-Ticker oder unter „Schlagzeilen" u.Ä. angekündigte Beiträge, sofern sie ohne Scrollen zu sehen sind.

Beiträge [Print:] in extra paginierten Zeitungsbeilagen und [Radio/Fernsehen:] in nicht tagesaktuellen Informationssendungen werden **nicht** in die Analyse einbezogen.

6.2 Analyseeinheit

Analyseeinheit ist der einzelne redaktionelle Beitrag einer Tageszeitung, News-Site oder Informationssendung als inhaltlich autonome Einheit. Ankündigungen von Beiträgen in Schlagzeilen, Teasern und Trailern werden nicht extra, sondern gemeinsam mit dem dazugehörigen Beitrag codiert. Zu einem Beitrag gehörige Filme, Bilder, Infografiken und Infokästen gelten ebenfalls als Bestandteil des Beitrags. Unter einer gemeinsamen Schlagzeile zusammengefasste Beiträge werden, wenn sie inhaltlich autonom sind, getrennt codiert, die gemeinsame Schlagzeile in die Codierung des ersten Artikels einbezogen. Als Hilfe zur Abgrenzung von Beiträgen können Format-, Stilform-, Urheber- und Sprecherwechsel als Indizien herangezogen werden.
[Print/Online:] Stand-Alone-Bilder zählen als eigener Beitrag. (Stand-Alone-Bilder zeigen nicht bloß eine Person oder einen Gegenstand, sondern erzählen eine Geschichte. Üblicherweise dominieren sie eine Seite und sind mit einigen wenigen erklärenden Worten versehen.)
[Radio/Fernsehen/Online:] Schlagzeilen und Stand-Alone-Live-Ticker, die keinen Beitrag ankündigen, zählen als eigener Beitrag. Einzelne Meldungen innerhalb eines Nachrichtenblocks gelten ebenfalls als eigene Beiträge.
[Radio/Fernsehen:] An- und Abmoderation eines Beitrags gelten als Bestandteil des Beitrags. (Eine nicht beitragsbezogene An- und Abmoderation der ganzen Sendung wird jedoch nicht berücksichtigt!)
[Radio:] Bei Nachrichtensendungen werden alle Beiträge zwischen den Jingles am Beginn und Ende einer Sendung codiert.

6.3 Variablen

1. COD | Codierer
   ID-Nummer

2. MEDIUM | Titel der Zeitung/des Senders/der News-Site
   1 Die Presse
   2 Der Standard
   5 Kronen Zeitung
   6 Kurier
   7 Heute
   8 Österreich
   11 Kleine Zeitung
   12 Oberösterreichische Nachrichten
   13 Salzburger Nachrichten
   14 Tiroler Tageszeitung
   15 Vorarlberger Nachrichten
   21 ORF eins
   22 ORF 2
   23 ORF III
   25 ATV I
   26 ATV II
   27 PULS 4
   28 ServusTV
   31 Ö1
   32 Ö3
   33 FM4
   35 KRONEHIT
   41 Radio Niederösterreich
   42 Radio Wien
   43 Radio Steiermark
   44 Radio Oberösterreich
   45 Radio Arabella Wien
   46 Antenne Steiermark
   47 Life Radio OÖ
   48 Radio Energy Wien
   49 88.6 Wien
   51 orf.at

52 derstandard.at
55 krone.at
56 oe24.at
59 gmx.at

3. DATUM | Datum
Das Erscheinungs-/Sendedatum des Beitrags wird in der Reihenfolge Tag-Monat-Jahr (TT.MM.JJ) codiert.

4. TAG | Wochentag
1 Sonntag
2 Montag
3 Dienstag
4 Mittwoch
5 Donnerstag
6 Freitag
7 Samstag

5. BNR | Beitragsnummer pro Ausgabe/Sendung
Für jeden Beitrag wird eine fortlaufende Nummer in der jeweiligen Ausgabe/Sendung vergeben. Gezählt werden nur Beiträge, die codiert werden. [Print/Online:] Die Nummerierung erfolgt in der Zeitung und auf den Online-Seiten grundsätzlich „zeilenförmig", d.h. zuerst von links nach rechts, dann von oben nach unten.

6. RS | Ressort – Sendung
Hier wird der genaue Titel des Ressorts bzw. der Sendung eingetragen, in der der Beitrag erscheint bzw. gesendet wird.
[Print/Online:] Der Titel eines Ressorts ist üblicherweise dem Seitenkopf einer Zeitung (bei Kleinformaten evtl. auf der gegenüberliegenden Seite genannt) bzw. dem Menü einer News-Site zu entnehmen. Sollte dies nicht möglich sein, ist „o.A." einzutragen. Bei Beiträgen auf der ersten Seite oder in einem nicht einem Ressort zugeordneten Bereich auf der ersten Ebene einer News-Site hier „1" eintragen.
[Radio/Fernsehen:] Gemeinsam mit dem Titel der Sendung ist die Uhrzeit des Sendungsbeginns im Format hh:mm anzugeben.

7. POSITION | Positionierung des Beitrags
[Print/Online:] Hier wird die Seite/Ebene eingetragen, auf der der Beitrag erscheint (bei Beiträgen, die über mehrere Seiten/Ebenen reichen, wird

jene Seite/Ebene eingetragen, auf der der Beitrag beginnt; Ankündigungen des Beitrags an anderer Stelle bleiben unberücksichtigt).
[Radio/Fernsehen:] Hier wird der Rangplatz des Beitrags eingetragen.

8. SERVICE | Service-Charakter des Beitrags
Hier wird codiert, ob der Beitrag primär der Weitergabe von inhaltlich kaum aufbereiteten Informationen mit Service-Charakter dient wie Börsenkurse, Kino- und Theaterprogramm, Veranstaltungskalender, Ärzte- und Apothekendienst etc. sowie Wetter und Verkehrsinformationen.
[Online:] Wenn ein vermeintlich zu einem redaktionellen Beitrag führender Link tatsächlich zu Werbung führt, ist auch dies hier („5") zu codieren.

0 Weder Service noch Werbung
1 Service → ENDE DER CODIERUNG!
2 Wetter → ENDE DER CODIERUNG!
3 Verkehrsinformationen → ENDE DER CODIERUNG!
4 Werbung → ENDE DER CODIERUNG!
5 Dead Link → ENDE DER CODIERUNG!

9. AUF | Aufmacher
[Print/Online:] Als Aufmacher gilt jener Beitrag auf einer Seite bzw. Website, der die größte Aufmerksamkeit erregt: Aufmacher haben in der Regel die größte Überschrift und sind primär in der oberen Seitenhälfte platziert. (Wenn in einer Zeitungsausgabe ein Aufmacher zwei Seiten umfasst, ist für die rechte Seite kein weiterer Aufmacher zu codieren.)
[Radio/Fernsehen:] Für Informationssendungen wird an dieser Stelle codiert, ob ein Beitrag im Trailer genannt ist. Bei Sendungen ohne Trailer werden die ersten drei Beiträge als Aufmacher gewertet (Kepplinger et al. 1989).

0 Nein
1 Ja

10. KURZ | Kurzbeitrag
[Print/Online:] Als Kurzbeitrag gelten Beiträge in Rubriken wie „Kurz notiert", „Nachrichten" etc., Beiträge ohne typographisch abgehobene Überschrift und bloße Gedankensplitter wie „Zitat des Tages".
[Radio/Fernsehen:] Kurzmeldungen sind Meldungen, die als Teil eines komprimierten Nachrichtenblocks gebracht werden. (Im Radio nur in Journal-, nicht in den Nachrichtensendungen zu codieren!)

[Radio/Fernsehen/Online:] Stand-Alone-Live-Ticker und Schlagzeilen, die zu keinem Beitrag gehören, werden in einer eigenen Kategorie („2“) codiert.

0 Nein
1 Ja
2 Stand-Alone-Live-Ticker bzw. Schlagzeile ohne dazugehörigen Beitrag

11. FORMAT | Format

Hier wird codiert, ob es sich um einen reinen Textbeitrag handelt oder um einen [Print:] Bild- bzw. [Fernsehen/Online:] Filmbericht oder [Radio:] um einen mit Musik unterlegten Beitrag.
ACHTUNG – [Print:] Üblicherweise am Kopf eines Beitrags platzierte Fotos des Urhebers eines Beitrags werden für diese Codierung nicht beachtet.

12. ZUSATZ | Zusatzinformationen

Hier wird codiert, ob zu einem Beitrag zusätzliche, inhaltlich nicht autonome Informationen gegeben werden (bspw. Infografiken, Infokästen). Zusatzinformationen können nicht für sich alleine stehen: Sie stellen keine tagesaktuelle Information dar, sondern ergänzen diese. Sie würden also nicht gebracht werden, wenn es nicht den dazugehörigen Beitrag gäbe.

0 Nein
1 Ja

13. STILFORM | Journalistische Stilform

Die Zuordnung zu den verschiedenen Stilformen erfolgt in der Regel aufgrund der Bezeichnung durch die Redaktion. Eine derartige Bezeichnung kann durch die Anmoderation, die Rubrikenüberschrift oder durch eine besondere Schrifttype für Text oder Überschrift erfolgen.
[Radio/Fernsehen:] An- und Abmoderation werden nicht in die Bestimmung der Stilform einbezogen, entscheidend ist der Hauptteil.
ACHTUNG – [Radio/Fernsehen:] Ein Wechsel der Stilform deutet auf einen neuen Beitrag hin!

1 tatsachenbetont: (Nachricht, Bericht, Reportage, Feature, Personenporträt, Dokumentation, in der Zeitung: auch Foto als Einzelbild)
2 meinungsbetont: Kommentar, [Print/Online:] Leitartikel, Glosse, Karikatur → weiter mit 15.
3 Interviews, Talks → weiter mit 15.
9 nicht entscheidbar → weiter mit 15.

14. PART | Unparteilichkeit

Für alle tatsachenbetonten Beiträge wird codiert, ob der Beitrag persönliche Einschätzungen, Meinungen und Wertungen der Urheber des Beitrags (→ 15.) enthält oder ob über einen Sachverhalt bzw. ein Ereignis distanziert und unparteiisch berichtet wird (bspw. indem die Einschätzungen, Meinungen und Wertungen anderer nur gegenüberstellt, aber nicht bewertet werden).

ACHTUNG – Werden in einem Beitrag persönliche Einschätzungen, Meinungen und Wertungen von anderen Akteuren (einschließlich anderer Journalisten) wiedergegeben, so sind diese hier nicht zu berücksichtigen, sondern ausschließlich die Art des journalistischen Umgangs damit.

1 explizit persönlich gefärbt
2 eher persönlich gefärbt
3 sowohl persönlich gefärbt als auch distanziert-unparteiisch
4 eher distanziert-unparteiisch
5 ausschließlich distanziert-unparteiisch

15. URH_W | Urheber: Wortlaut

Hier wird/werden der/die eindeutig zuordenbare/n Urheber bzw. Autor/en des Beitrags eingetragen, das sind jene Personen, die inhaltlich für den Beitrag verantwortlich sind. Dazu gehören vor allem Mitglieder der eigenen Redaktion und Nachrichtenagenturen, aber auch Gastautoren und andere Medien. Urheber [Print/Online:] stehen entweder typographisch abgesetzt unterhalb des Beitragstitels bzw. am Ende eines Beitrags oder [Radio/Fernsehen:] werden in der An- oder Abmoderation bzw. [Radio:] auch in der Abmoderation der Sendung genannt bzw. [Fernsehen:] in einem Insert ausgewiesen. Der Name bzw. die Bezeichnung der Urheber sind im Wortlaut zu übernehmen (auch wenn es sich nur um eine Abkürzung handelt). Mehrere Urheber werden durch Strichpunkt getrennt. (Nicht codiert werden – mit Ausnahme von Stand-Alone-Bildern – Fotografen, Fotoagenturen, Kameraleute und Produzenten von Infografiken, die in der Regel nur in Ergänzung zu den inhaltlich Verantwortlichen – in der Regel im Kontext des Fotos oder unterhalb des journalistisch Verantwortlichen im Insert eines Filmbeitrags – genannt werden.)

ACHTUNG – [Radio:] Wenn in der An- oder Abmoderation einer Nachrichtensendung der Name einer Sprecherin oder eines Sprechers genannt wird, für den nicht deutlich wird, ob sie oder er eventuell auch für den redaktionellen Inhalt verantwortlich sein könnte, bitte den Namen und die genannte Funktion (bspw. „im Studio“) in → 90. Kommentar notieren!

16. URH_KL | Urheber: Klassifikation

Hier werden die unter → 15. genannten Urheber eines Beitrags verschlüsselt.

1 Eigener Redakteur (mit Namensnennung oder Kürzel) / eigene Redaktion („Eigenbericht", „red" etc.)
2 Nachrichtenagentur
3 Gastbeitrag
4 Leserbrief
5 Beitrag eines anderen Mediums
7 sonstiger Urheber
8 Urheber nicht klassifizierbar
9 Urheber nicht genannt

ACHTUNG – Werden mehrere Arten von Urhebern ausgewiesen, sind die entsprechenden Zahlenkombinationen, getrennt durch Strichpunkt, einzutragen, z.B. „1;2" für „Redakteur" und „Nachrichtenagentur".

17. QUELLE_Z | Zahl der Quellen

Hier wird die Zahl der im Beitrag explizit genannten, direkt oder indirekt („Wie X berichtete …"; „In einer Pressekonferenz von Y hieß es …"; „In einer Aussendung teilte Z mit …") zitierten (rezenten) Quellen angegeben, auf deren Informationen der Beitrag beruht. Dabei ist es unerheblich, wie oft die jeweilige Quelle zitiert wird.

ACHTUNG –

- Auch das eigene Medium kann eine Quelle sein (bspw. durch einen Hinweis auf die eigene Recherchetätigkeit; siehe auch → 18.). Verweise auf die eigene Website werden hier jedoch nur dann codiert, wenn diese explizit als Quelle der im Beitrag enthaltenen Informationen genannt ist! Anderenfalls wird ein Verweis auf die eigene Website unter → 20. codiert!
- Die Urheber eines Beitrags (→ 15.) zählen nicht zu den Quellen!
- Wenn in einem Beitrag eine Quelle zitiert wird, in der eine andere Quelle zitiert ist (= Zitat im Zitat), so wird diese andere Quelle nicht berücksichtigt! Dasselbe gilt für Quellen, die von interviewten Personen zitiert werden. Davon zu unterscheiden sind Gast- oder Agenturbeiträge oder angekaufte Beiträge anderer Medien. Die in solchen Beiträgen zitierten Quellen werden hier alle gezählt; der Gast- oder Agenturbeitrag bzw. der Beitrag eines anderen Mediums gilt nicht als Quelle, sondern wird unter → 15./16. Urheber verzeichnet.
- Quellen können auch zentrale Akteure eines Beitrags (→ 41., 51., 61., 71.) sein.

18. REF | Selbstreferenzialität
In Ergänzung zu → 17. wird hier nochmals extra vermerkt, ob das eigene Medium als Quelle genannt ist. Verweise auf die eigene Website werden hier jedoch nur dann codiert, wenn diese explizit als Quelle der im Beitrag enthaltenen Informationen genannt ist! Anderenfalls wird ein Verweis auf die eigene Website unter → 20. codiert!

0 Nein
1 Ja

19. QUELLE_ZIT | Zitierte Quellen
Hier wird codiert, wie viele der im Beitrag genannten Quellen (→ 17.) [Radio/Fernsehen:] im Originalton bzw. [Print/Online:] direkt, also in Anführungszeichen gesetzt, zitiert werden.

20. WEB | Website
Hier wird codiert, ob der Beitrag auf die eigene Website und/oder andere Websites (von Medien oder anderen Akteuren) verweist.
ACHTUNG – [Online:] Wird am Ende eines Beitrags die Fortsetzung eines Beitrags mit „Mehr …“ (o.Ä.) oder ein weiterer Beitrag mit „Lesen Sie mehr …“ (o.Ä.) angekündigt, dann ist dies nicht als Verweis auf die eigene Website zu codieren. Ebenfalls ist der Klick auf ein (Slideshow-)Bild, mit dem man zum eigentlichen Beitrag kommt, nicht als Verweis auf die eigene Website zu codieren.

0 Nicht zutreffend
1 Verweis auf eigene Website
2 Verweis auf andere Website(s)
3 Verweis auf eigene und andere Websites

21. INTERAKTIV | Interaktiver Inhalt
Hier wird codiert, ob es in einem Beitrag eine explizite Aufforderung gibt, sich interaktiv in die Diskussion einzuschalten. Diese Möglichkeit wird vor allem bei Online-Medien vorkommen, ist aber auch bei allen anderen Mediengenres denkbar.
ACHTUNG – [Online:] Dazu gehört nicht die übliche Möglichkeit, einen Beitrag zu kommentieren.

0 Nein
1 Ja

Thema des Beitrags

Den ersten großen inhaltlichen Schwerpunkt der Codierung bildet das zentrale Thema des Beitrags, also sein inhaltlicher Schwerpunkt. Anhand des Inhalts des gesamten Beitrags ist zu fragen, über welchen Sachverhalt bzw. welches Ereignis ein Beitrag primär berichtet („What is the story about?"). In der Regel ist es angesprochen:
[Print:] In der Überschrift (inklusive Unterüberschrift und Dachzeile), im Lead oder – wenn kein Lead vorhanden ist – im ersten Satz des Fließtextes,
[Radio:] in der (Trailer-)Schlagzeile oder Anmoderation und in den ersten 20 Sekunden des Beitrags,
[Fernsehen:] in der (Trailer-)Schlagzeile oder Anmoderation, im Insert oder in den ersten 20 Sekunden des (Film-)Beitrags,
[Online:] in der Überschrift (inklusive Unterüberschrift und Dachzeile), im Lead oder – wenn kein Lead vorhanden ist – im ersten Satz des Fließtextes und/oder in den ersten 20 Sekunden des Filmbeitrags.
ACHTUNG – Bei mehreren gleichwertig behandelten Themen ist das zuerst angesprochene Thema als zentrales Thema zu codieren.

22. THEMA_KL | Zentrales Thema: Klassifikation: Gesellschaftliche Handlungsfelder
Das Thema eines Beitrags wird hier gesellschaftlichen Handlungsfeldern zugeordnet. Die Codes für die gesellschaftlichen Handlungsfelder befinden sich in Anhang 2.

23. THEMA_GEO | Geografischer Bezug des zentralen Themas
Der geografische Bezug eines Themas ist durch seinen Geltungs- bzw. Einflussraum definiert; der Ort des Geschehens und der Herkunftsort der Nachricht ([Print/Online:] häufig in einer eigenen Zeile oberhalb des Beitragstextes genannt) sind für die Bestimmung des geografischen Bezugs nicht ausreichend (wenn bspw. in Wien eine UNO-Konferenz stattfindet, ist nicht „3: Bezug auf Wien", sondern „7: trans-/internationaler Bezug" zu codieren). Folgende Bezüge sind zu unterscheiden:

- Ein lokaler Bezug liegt dann vor, wenn das Thema vorwiegend mit Blick auf einen Ort oder eine Region bzw. einen Bezirk in Österreich behandelt wird.
- Als regionaler Bezug ist der Bezug auf ein österreichisches Bundesland definiert.

- Davon unabhängig wird nach einem Bezug auf die Metropole Wien gefragt.
- Ein nationaler Bezug besteht, wenn es sich um ein primär österreichweites Thema handelt.
- Für die Auslandsberichterstattung wird nur der jeweilige Staat codiert.
- Ein internationaler Bezug liegt erst bei zwei oder mehr Ländern vor.
- Davon unabhängig wird nach einem Bezug auf die Europäische Union (als supranationale Einheit) gefragt; Berichte über einzelne EU-Staaten werden unter „5" codiert.

0 kein geografischer Bezug erkennbar → weiter mit 25.
1 lokaler Bezug in Österreich → weiter mit 25.
2 regionaler Bezug in Österreich → weiter mit 25.
3 Bezug auf Wien → weiter mit 25.
4 nationaler Bezug auf Österreich → weiter mit 25.
5 ausländischer Staat (lokal/regional/national)
6 Bezug zur EU → weiter mit 25.
7 trans-/internationaler Bezug (außer EU) → weiter mit 25.

24. THEMA_STAAT | Ausländischer Staat
Hier ist der ausländische Staat einzutragen, auf den sich das zentrale Thema bezieht. Die zweistelligen Staaten-Codes befinden sich in Anhang 3.

25. THEMA_EBENE | Sozialebene des zentralen Themas
Hier wird die – innerhalb des (→ 23.) geografischen Bezugs vermittelte – Tragweite des berichteten Sachverhalts oder Ereignisses erfasst und zwischen makro, meso und mikro differenziert. Für die Zuordnung gelten folgende Kriterien:

- Makro: Im berichteten Sachverhalt bzw. Ereignis spielen die tragenden Institutionen einer Gesellschaft (das Parlament, die Justiz, die Wirtschaft, das Theater etc.) die zentrale Rolle, **oder**: der berichtete Sachverhalt bzw. das berichtete Ereignis betrifft die Gesellschaft als Ganzes bzw. relevante, in der Regel durch bestimmte soziodemografische Merkmale wie Alter, Geschlecht oder Herkunft definierte Teile von ihr (die Jugendlichen, die Frauen, die Pensionisten, eine bestimmte Minderheit etc.).
- Meso: Im berichteten Sachverhalt bzw. Ereignis spielt eine bestimmte Organisation (bspw. eine Partei, ein Unternehmen, das Burgtheater, eine NGO, ein Sportclub etc.) die zentrale Rolle,

oder: der berichtete Sachverhalt bzw. das berichtete Ereignis betrifft eine bestimmte, durch gemeinsame Interessen zusammengehaltene (Groß-)Gruppe (die Arbeiter in der Metallerbranche, die OMV-Angestellten, die Bankmanager, die Anhänger von ... etc.).

- Mikro: Im berichteten Sachverhalt bzw. Ereignis spielen eine oder wenige Personen eine zentrale Rolle bzw. sind vom berichteten Sachverhalt oder Ereignis betroffen.

Bei einem Gleichgewicht der Ebenen wird die jeweils höhere eingetragen.

1 makro
2 meso
3 mikro
9 nicht entscheidbar

26. THEMA_STIL | Emotionalisierung des zentralen Themas

Sachverhalte oder Ereignisse können gefühlsbetont oder kognitiv-argumentativ vermittelt werden. Es können Emotionen und Stimmungslagen betont oder Sachverhalte beschrieben und Meinungen argumentiert werden.

Emotionen können auf verschiedene Art und Weise vermittelt werden. Zum einen über das beschriebene bzw. dargestellte Geschehen, zum anderen über die Art der Darstellung. Hinweise auf einen emotionalen Inhalt können gezeigte oder beschriebene emotionale Handlungen (z.B. eine Umarmung oder eine Ohrfeige) oder Reaktionen sein (z.B. Ärger, Trauer, Freude, Enttäuschung, Genugtuung, Angst, Jubel, Hilflosigkeit, Stolz, Weinen oder Lachen), emotional aufgeladene politische Symbole (z.B. Flaggen, Embleme) oder Erotik und Nacktheit sein. Mit „Art der Darstellung" sind hingegen stilistische Mittel der Beitragsgestaltung gemeint (z.B. häufige Superlative, starke Adjektiva, attribuierende Spitznamen, Unterstellungen, traurige oder fröhliche Musik, emotionale Gestik und Mimik, Zeitlupe, Fotomontagen, farbliche Verfremdungen). Für die Verschlüsselung des (aus beiden Komponenten zu ermittelnden) Emotionalisierungsgrads eines Beitrags wird eine fünfteilige Skala verwendet, deren Extrempunkte „sehr emotional" und „sehr sachlich/kognitiv-argumentativ" bedeuten.

ACHTUNG – In Variable → 14. geht es darum, ob ein Beitrag persönliche Meinungen der Urheber enthält oder distanziert-unparteiisch Sachverhalte bzw. Ereignisse berichtet und die Meinungen anderer gegenübergestellt werden. Demgegenüber geht es hier darum, ob in der Darstellung

der Sachverhalte bzw. Ereignisse und in der Wiedergabe von Meinungen mit emotionalisierenden Mitteln gearbeitet oder sachlich und rational argumentierend vorgegangen wird.

1 sehr emotional
2 eher emotional
3 beides
4 eher sachlich/kognitiv-argumentativ
5 sehr sachlich/kognitiv-argumentativ

27. FRAME_P | Framing des zentralen Themas: Problemdefinition
Hier wird danach gefragt, ob ein berichteter Sachverhalt oder ein berichtetes Ereignis problematisierend dargestellt wird. Eine Problematisierung zeigt sich entweder daran,

- dass der Sachverhalt bzw. das Ereignis in einen breiteren, seinen Stellenwert verdeutlichenden Kontext gestellt wird (dies geschieht häufig durch chronologische oder andere Formen des Vergleichs, z.B. wenn die jüngsten Arbeitslosenzahlen in Österreich im Verhältnis zur Situation in früheren Jahren oder in anderen Ländern oder vor dem Hintergrund der allgemeinen Wirtschaftslage gesehen werden) („1"),
- oder daran, dass zwei oder mehr Akteure in ihrer Sicht des Sachverhalts bzw. des Ereignisses differieren (z.B. die Kapitalsteuer wird entweder als unternehmenspolitisches oder soziales Problem gesehen) („2").

ACHTUNG – Bei Ausprägung „2" sind nicht nur die zentralen (→ 41., 51., 61., 71.), sondern alle Akteure eines Beitrags gemeint.

0 Nein, keine problematisierende Darstellung → weiter mit 28.
1 Ja, der Sachverhalt bzw. das Ereignis wird in einen breiteren Kontext gestellt.
2 Ja, es wird dargestellt, dass zwei oder mehr Akteure in ihrer Sicht des Sachverhalts bzw. des Ereignisses differieren.

28. FRAME_B | Framing des zentralen Themas: Bewertung
Hier wird codiert, ob erkennbar ist, dass der im Beitrag berichtete Sachverhalt bzw. das berichtete Ereignis von zwei oder mehr Akteuren unterschiedlich beurteilt/bewertet wird.
ACHTUNG – Es sind hier nicht nur die zentralen (→ 41., 51., 61., 71.), sondern alle Akteure eines Beitrags gemeint.

0 Nein
1 Ja

29. FRAME_U | Framing des zentralen Themas: Ursachen-Wirkungen
Hier wird codiert, ob der im Beitrag berichtete Sachverhalt bzw. das berichtete Ereignis in einen Zusammenhang mit möglichen Ursachen gestellt oder nur das aktuelle Geschehen dargestellt wird.

0 Nein, es wird nur das aktuelle Geschehen dargestellt.
1 Ja, es wird ein Ursache-Wirkungs-Zusammenhang hergestellt.

30. FRAME_L | Framing des zentralen Themas: Lösungen
Hier wird codiert, ob im Hinblick auf den berichteten Sachverhalt mögliche Lösungen und/oder konkrete Maßnahmen benannt werden.

0 Nein → weiter mit 33.
1 Ja

31. FRAME_LA | Framing des zentralen Themas: Lösungen – Akteure
In Ergänzung zu Variable → 30. wird hier codiert, ob

- Akteure der Legislative (z.B. in Österreich: Nationalrat, Bundesrat, Landtag sowie die dort vertretenen Parteien), der Exekutive (z.B. in Österreich: Bundespräsident, Bundesregierung: Kanzler, Ministerien, Landesregierung, Bezirkshauptmannschaft, Bürgermeister etc.), und/oder der Judikative (Oberste Gerichtshöfe) genannt sind, die als Entscheidungsträger in Entscheidungs(findungs)prozesse um mögliche Lösungen und die Umsetzung von Maßnahmen auf gesellschaftlicher Ebene involviert sind bzw. ob leitende Akteure von (politischen, wirtschaftlichen, kulturellen oder anderen) Organisationen genannt sind, die in Entscheidungs(findungs)prozesse um mögliche Lösungen und die Umsetzung von Maßnahmen auf Organisationsebene involviert sind,
- und/oder ob Akteure ohne Entscheidungsgewalt (z.B. NGOs, Lobbyisten etc.) genannt sind, die in Entscheidungs(findungs)-prozesse um mögliche Lösungen und die Umsetzung von Maßnahmen auf gesellschaftlicher Ebene oder auf Organisationsebene involviert sind.

ACHTUNG – Hier geht es ausschließlich um Akteure, die aktiv an Entscheidungs(findungs)prozessen teilnehmen. Die von den möglichen Lösungen oder Maßnahmen betroffenen Akteure werden unter → 32. codiert! Wie bei allen Framing-Variablen sind auch hier nicht nur die zentralen (→ 41., 51., 61., 71.), sondern alle Akteure eines Beitrags gemeint.

0 Nein
1 Ja, nur Akteure als Entscheidungsträger
2 Ja, Akteure mit und ohne Entscheidungsgewalt
3 Ja, nur Akteure ohne Entscheidungsgewalt

32. FRAME_LB | Framing des zentralen Themas: Lösungen – Betroffene
In Ergänzung zu Variable →30. wird hier codiert, ob Akteure (Organisationen, informelle Gruppen und/oder Personen) genannt sind, die von den möglichen Lösungen und konkreten Maßnahmen betroffen sind.
0 Nein
1 Ja

33. FRAME_THEMA_1 | Abweichendes Thema im Framing des zentralen Themas: Problemdefinition
Hier kann ein zweites Thema codiert werden, das im Zuge der Problematisierung des zentralen Themas angesprochen wird und von diesem abweicht (Codes: siehe Anhang 2). Bei mehreren zusätzlichen Themen ist das zuerst angesprochene Thema zu codieren.

34. FRAME_THEMA_2 | Abweichendes Thema im Framing des zentralen Themas: Lösungen
Hier kann ein zweites Thema codiert werden, das im Zuge der diskutierten Lösung(en) oder Maßnahme(n) angesprochen wird, das vom zentralen Thema abweicht (Codes: siehe Anhang 2). Bei mehreren zusätzlichen Themen ist das zuerst angesprochene Thema zu codieren.

Akteure des Beitrags

Den zweiten großen inhaltlichen Schwerpunkt der Codierung bilden die Akteure eines Beitrags. Akteure können sowohl Kollektive (Organisationen und nicht organisierte Gruppen) als auch Einzelpersonen (mit oder ohne eine Funktion in Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport u.Ä.). Generell ist darauf zu achten, dass handelnde **und** betroffene Akteure zu berücksichtigen sind.
Die Akteurscodierung konzentriert sich ausschließlich auf die zentralen Akteure eines Beitrags („Who is the story about?"). Zentrale Akteure sind [Print:] im Bild zu sehen bzw. in der Überschrift (inklusive Unterüberschrift und Dachzeile), im Lead oder – wenn kein Lead vorhanden ist – im ersten Satz des Fließtextes erwähnt,

[Radio:] in der (Trailer-)Schlagzeile oder Anmoderation und in den ersten 20 Sekunden des Beitrags erwähnt,
[Fernsehen:] im Bild oder während des ersten Satzes eines Filmbeitrags zu sehen bzw. in der (Trailer-)Schlagzeile oder Anmoderation, im Insert oder in den ersten 20 Sekunden des (Film-)Beitrags erwähnt,
[Online:] im Bild oder während des ersten Satzes eines Filmbeitrags zu sehen bzw. in der Überschrift (inklusive Unterüberschrift und Dachzeile), im Lead oder – wenn kein Lead vorhanden ist – im ersten Satz des Fließtextes und/oder in den ersten 20 Sekunden des Filmbeitrags erwähnt.
ACHTUNG –

- Wenn eine Person stellvertretend für eine Organisation bzw. Gruppe steht (z.B. „VP-Finanzminister Spindelegger"), ist nur die Person zu codieren. Wenn die Person in Relation zur Organisation bzw. Gruppe, der sie angehört, als eigenständige Akteure gezeigt wird (z.B. „Spindelegger stößt mit seinen Vorschlägen in der ÖVP auf Widerstand"), sind Person und Kollektiv zu codieren.
- Auch Medien können Akteure sein, wenn sie aktiv oder passiv in gesellschaftliche Abläufe einbezogen dargestellt sind (bspw. „ATV hat aufgedeckt, dass ..." oder „Der Redaktion von Österreich wurden Dokumente zugespielt ...").
- Medien, die bloß in ihrer Funktion zu berichten und zu kommentieren erwähnt sind (bspw. „Wie die Kronen Zeitung gestern berichtete ..."), werden unter → 18. codiert.

41. AKT_1 | Zentraler Akteur 1: Name/Bezeichnung
51. AKT_2 | Zentraler Akteur 2: Name/Bezeichnung
61. AKT_3 | Zentraler Akteur 3: Name/Bezeichnung
71. AKT_4 | Zentraler Akteur 4: Name/Bezeichnung

In diesen Variablenfeldern ist der Name bzw. die Bezeichnung des jeweiligen Akteurs im Wortlaut, wie er im Beitrag verwendet wird, einzutragen. Es können [nicht müssen!] bis zu vier zentrale Akteure codiert werden. Sind mehr als vier zentrale Akteure an den genannten Stellen erwähnt oder zu sehen, werden die ersten vier erwähnten oder zu sehenden Akteure codiert.

42. AKT_1_KP | Akteur 1: Kollektiv/Person
52. AKT_2_KP | Akteur 2: Kollektiv/Person
62. AKT_3_KP | Akteur 3: Kollektiv/Person
72. AKT_4_KP | Akteur 4: Kollektiv/Person

Hier wird danach gefragt, ob es sich bei dem Akteur um eine Institution bzw. Organisation, eine (informelle, nicht organisierte) Gruppe von Personen oder eine einzelne Person bzw. wenige Einzelpersonen (bspw. „ein Ehepaar", „zwei Männer") handelt. Der Codierung dieser und aller weiteren auf die zentralen Akteure bezogenen Variablen ist der gesamte Beitrag zugrunde zu legen!

1 Institution, Organisation → ENDE DER CODIERUNG!
2 Gruppe von Personen → bitte überprüfen, ob weiterführende Codierung möglich ist! Wenn nicht: ENDE DER CODIERUNG!
3 Person

43. AKT_1_GE | Akteur 1: Geschlecht
53. AKT_2_GE | Akteur 2: Geschlecht
63. AKT_3_GE | Akteur 3: Geschlecht
73. AKT_4_GE | Akteur 4: Geschlecht

1 männlich
2 weiblich
9 nicht entscheidbar

44. AKT_1_FUNK | Akteur 1: Öffentlich/privat
54. AKT_2_FUNK | Akteur 2: Öffentlich/privat
64. AKT_3_FUNK | Akteur 3: Öffentlich/privat
74. AKT_4_FUNK | Akteur 4: Öffentlich/privat

Hier wird danach unterschieden, ob eine Gruppe von Personen oder eine Person in offizieller, beruflicher oder gesellschaftlicher Funktion oder in der privaten Lebenswelt dargestellt wird. Bei einem Gleichgewicht der beiden Ausprägungen wird „1: Funktionsträger" eingetragen.

1 Funktionsträger
2 Privatperson
9 nicht entscheidbar

90. KOMM | Kommentar

Hier gibt es die Möglichkeit, die Einträge zu allen Variablen zu kommentieren. Von dieser Möglichkeit sollte nur in seltenen, wirklich wichtigen Fällen Gebrauch gemacht werden!

6.4 Anhang 1: Tagesaktuelle Informationssendungen

Radiosendungen

(Nicht alle aufgelisteten Sendungen wurden an allen Untersuchungstagen ausgestrahlt; im Laufe des Untersuchungsjahres kam es überdies in Einzelfällen zu kleinen Verschiebungen in den Beginnzeiten.)
88.6 Wien: Nachrichten 07:50, 08:50, 09:50, 10:50, 11:50, 12:50, 17:50; Schlagzeilen 07:20, 08:20
Antenne Steiermark: Nachrichten 06:55, 07:55, 08:55, 09:55, 10:55, 11:55, 12:55, 17:55; Newsflash 07:25, 08:25, 09:25, 10:25, 11:25, 12:25
FM4: News 07:00, 07:30, 08:00, 08:30, 09:00, 10:00, 11:00, 12:00, 18:00; News in French 09:30, 12:30
KRONEHIT: News Update 07:00, 07:30, 08:00, 08:30, 09:00, 10:00, 11:00, 12:00, 18:00
Life Radio Oberösterreich: 60 Sekunden 07:25, 08:25, 09:25, 10:25, 11:25, 12:25; Oberösterreich und die Welt 06:55, 07:55, 08:55, 09:55, 10:55, 11:55, 12:55, 16:55
Ö1: Abendjournal 18:00; Mittagsjournal 12:00; Morgenjournal 07:00, 08:00; Nachrichten 09:00, 10:00
Ö3: Frühjournal 07:00; Mittagsjournal 12:00; Nachrichten 08:00, 09:00, 10:00, 11:00, 18:00; Schlagzeilen 07:30, 08:30
Radio Arabella Wien: Österreich und die Welt 07:00, 08:00, 09:00, 10:00, 11:00, 12:00, 13:00, 18:00; Wien und Umgebung 07:30, 08:30, 09:30, 10:30, 11:30, 12:30
Radio Energy Wien: News 07:00, 07:30, 08:00, 08:30, 09:00, 09:40, 10:40, 11:40, 12:40, 18:40
Radio Niederösterreich: Journal 07:00, 08:00, 12:00, 18:00; Nachrichten 09:00, 10:00, 11:00, 13:00; Schlagzeilen 07:30, 08:30, 09:30, 10:30, 11:30
Radio Oberösterreich: Journal 07:30, 12:00, 12:30; Nachrichten 07:00, 08:00, 08:30, 09:00, 09:30, 10:00, 10:30, 11:00, 11:30, 13:00, 18:00
Radio Steiermark: Journal 07:30, 12:00, 12:30; Nachrichten 07:00, 08:00, 09:00, 10:00, 11:00, 13:00, 18:00; Schlagzeilen 08:30, 09:30, 10:30, 11:30
Radio Wien: Nachrichten 09:00, 10:00, 11:00, 13:00; Schlagzeilen 07:30, 08:30; Stadtjournal 08:00, 12:00, 18:00

Fernsehsendungen

ATV: ATV Aktuell 17:45 (auf ATV II), 19:20, 20:05
PULS 4: Guten Abend Österreich 18:45 (März–Juni 2014); PULS 4 News 18:45 (September–Dezember 2014)
ORF eins: Wetter 19:49/19:54; ZIB Flash 18:00, 21:50, 22:20; ZIB Magazin 19:45; ZIB 20 20:00
ORF 2: Bundesland Heute (Niederösterreich) 19:00; Österreich Heute 17:05; Seitenblicke 20:05; Sport Aktuell 19:55; ZIB 17:00, 19:30; ZIB 2 22:00
ORF III: Kultur Heute 19:50
ServusTV: Servus Journal 18:00

6.5 Anhang 2: Gesellschaftliche Handlungsfelder

Die nachfolgende Kategorisierung schließt an ein Modell für Politikfelder an, das ursprünglich für die Analyse von Wahlkampfkommunikation erstellt worden ist (vgl. Melischek, Rußmann & Seethaler 2010) und baut es in Richtung gesellschaftliche Handlungsfelder aus.

Institutionen- und Normenebene

Im ersten Block geht es um institutionelle Aspekte einer Gesellschaft. Der Fokus ruht auf den verfassungsmäßigen politischen Strukturen und Ordnungen (Regierungssystem, Parlament, politische Parteien, Interessenverbände etc.) und auf deren Rechtsordnung (Verfassung, Gesetze, Verordnungen etc.), die die Handlungsspielräume, Zuständigkeiten und Abläufe bei Auseinandersetzungen festlegt. Neben der institutionellen Ebene kann auch die normative Ebene (Wertvorstellungen, Absichten hinter Regelungen) angesprochen sein.

010 | Politische Ordnung (bspw. Verfassung, Demokratie, Föderalismus, Mitspracherecht, direkte Demokratie)
020 | Wahlsystem (bspw. Wahlrechtsreform, Persönlichkeitswahl)
030 | Institutionen (bspw. Legislative, Exekutive, Jurisdiktion)
040 | Status politischer Funktionsträger (bspw. Immunität, Diäten)
050 | Parteiensystem (bspw. Grundsatzprogramme, Strukturen, Finanzierung)
060 | Interessenvertretungen (bspw. Sozialpartnerschaft)

070 | Gesellschaftsordnung (bspw. politische Kultur, Normen, Werte, Moral, Nationalstolz, Kosmopolitismus, Politikverdrossenheit)
080 | Verhältnis Staat-Kirchen
090 | Auseinandersetzung mit Faschismus und Nationalsozialismus

Prozessebene

Der zweite Block fokussiert auf Prozesse wie die formalen Willens- und Entscheidungsbildungsprozesse einerseits (z.B. Wahlen, Abstimmungen) und die informellen Abläufe (Debatten, Auseinandersetzungen, Lobbyismus etc.), wie gesellschaftliche Akteure ihre Anliegen durchzusetzen suchen, andererseits. Es geht auch um die formalen Verfahren, wie Maßnahmen umgesetzt werden. Prozesse dieser Art laufen sowohl auf institutioneller als auch auf organisatorischer Ebene ab.

100 | Wahlen (bspw. Wahlparteitage, Wahlkampfveranstaltungen und -auftritte, Wahlwerbung, Wahlkampfkosten, Wahlergebnisse)
101 | Qualifikationen von öffentlichen Personen (bspw. Führungsqualität, Kompetenz, Integrität, Durchsetzungsfähigkeit, Ausgleichsfähigkeit, Problemlösungsfähigkeit, Vertrauenswürdigkeit)
102 | Private Belange von öffentlichen Personen (bspw. Auftreten, äußere Erscheinung, Familie)
103 | Tätigkeit von Medien, Nachrichtenagenturen und Umfrageinstituten
104 | Tätigkeit der Exekutive (Tätigkeit von Bundespräsident, Bundesregierung, Bundeskanzler, Ministerien, Landesregierung, Bezirkshauptmannschaft, Bürgermeister und aller anderen Behörden; bspw. Staatsbesuche, Ministerrat, Regierungsklausur, Konflikte in der Regierung)
105 | Tätigkeit der Legislative (Tätigkeit von National- und Bundesrat, Landtag, Gemeinderat; bspw. Parlamentsdebatten, Plenarsitzungen, Ausschusstätigkeit)
106 | Tätigkeit der Parteien (bspw. Parteitag, Parteivorstandssitzung, innerparteiliche Konflikte)
107 | Tätigkeit der Sozialpartner und von Verbänden (Arbeiterkammer, ÖGB, Wirtschaftskammer, Landwirtschaftskammer)
108 | Tätigkeit der EU-Institutionen (bspw. Rats-, Parlamentssitzungen, Treffen der Regierungschefs, Ministertreffen)
109 | Tätigkeit internationaler Organisationen (außer EU) (bspw. Generalversammlung, Resolutionen, Botschaftertreffen)
110 | Tätigkeit von Wirtschaftsakteuren (Börse, Banken, Unternehmen)
111 | Tätigkeit von zivilgesellschaftlichen Akteuren (NGOs, Kirchen, Vereine etc.)

Inhaltsebene

Der dritte Block bezieht sich einerseits auf die gesellschaftlichen Geschehnisse und andererseits auf die Anliegen, Aufgaben und Ziele, welche die Beteiligten in gesellschaftlichen oder organisatorischen Auseinandersetzungen formulieren und realisieren wollen. Somit bezieht sich diese Ebene auf den Zustand als auch auf die Gestaltung gesellschaftlicher und organisatorischer Verhältnisse und kann zum Ausdruck von Interessen- und Zielkonflikten werden.

112 | Öffentliche Verwaltung und staatliche Unternehmen (bspw. Öffentlicher Dienst, Bürokratie, Effizienz der Verwaltung, Politiker- und Beamteneinkommen, Veruntreuung öffentlicher Gelder; verstaatlichte Unternehmen, Privatisierung)

113 | Innere Sicherheit (bspw. organisierte Kriminalität, Verbrechensbekämpfung, Opferschutz, Polizei, Immigration, Asylverfahren, Integration, Grenzschutz, staatliche Überwachung, Sperre von Internetseiten, Terrorismus)

114 | Frauen (Gleichberechtigung, Gleichstellung, Gleichbehandlung, Frauenförderung)

121 | Recht (bspw. Gerichtswesen, Strafvollzug; NS-Wiederbetätigung; Grundrechte: Menschenrechte, Gleichheitsrechte, LGBT; Freiheitsrechte: Schutz vor Diskriminierung, Minderheitenschutz, Meinungsfreiheit, Religionsfreiheit, Datenschutz)

131 | Internationale Beziehungen (bspw. Beziehungen zu Staaten und internationalen Organisationen, internationale Konflikte, bi- und multilaterale Abkommen, Entwicklungsländerpolitik, Nord-/Südfragen)

132 | Europäische Integration (hier werden ausschließlich Fragen zur europäischen Integration codiert wie bspw. die Haltung zur Mitgliedschaft, die Meinung über die EU und zur EU-Erweiterung) ACHTUNG – Spezifische Themen werden bei den entsprechenden Handlungsfeldern codiert und bei der Variablen „23.: geografischer Bezug“ wird „Bezug zur EU“ eingetragen!

141 | Militärische Verteidigung (bspw. äußere Sicherheit, Militär, Wehrpflicht, Neutralität, NATO-Beitritt, Friedens- und Entspannungsinitiativen)

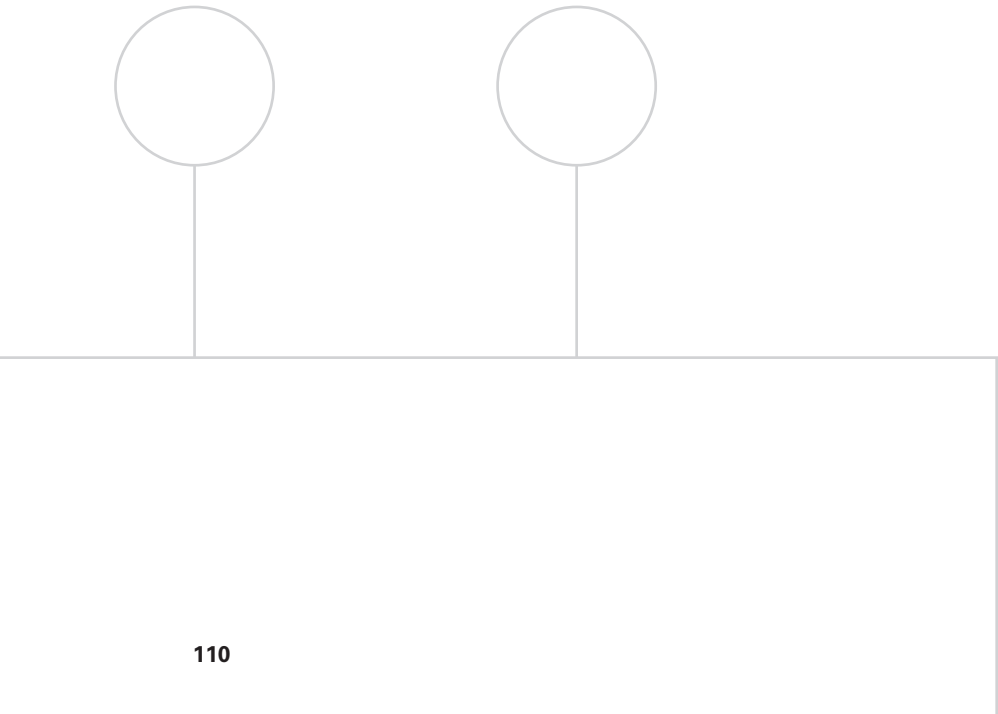
151 | Finanzpolitik (Staatshaushalt und Budget, bspw. Defizit, Steuern, Währungs- und Zinsfragen, Einhaltung der EU-Stabilitätskriterien, Bankenrettung durch Steuergelder, Regulierung der Finanzmärkte)

161 | Wirtschaft (bspw. Wettbewerb und Preisgestaltung, Unternehmen: Industrie, Handel, produzierendes Gewerbe, Dienstleistungssektor einschl. Fremdenverkehr, Wirtschaftsstandort, Regionalförderung, Außenwirtschaft, Städtebau und Raumordnung, Wohnungsbau und Wohnsituation, Energiepolitik, (betriebs-)wirtschaftliches Geschehen, Wirtschaftskriminalität)
162 | Land- und Forstwirtschaft (einschließlich Gentechnik)
171 | Verkehr und Technologie (bspw. Infrastruktur, Verkehr, Straßenbau, Post- und Fernmeldewesen, Informations- und Kommunikationstechnologien, Internet)
172 | Umwelt, Klima, Natur (bspw. alternative und erneuerbare Energie, Ablehnung der Kernenergie, Wasserversorgung, Tierschutz)
181 | Bildung (bspw. vorschulische Betreuung, Schulen, Pisa-Test, Volkshochschulen, lebenslanges Lernen)
182 | Universitäten und Forschung (bspw. Hochschulzugang, Studiengebühren, Fachhochschulen, Wissenschaft)
183 | Kultur („Hoch"- und „Populär"-Kultur, bspw. Theater, Musik, Film, Museen, Galerien; Massenmedien)
191 | Arbeit und Beschäftigung (bspw. Arbeitsmarktsituation, Arbeitszeitverkürzung, Einkommen, Gehälter, Arbeitsschutz, Arbeitsrecht, ausländische Arbeitnehmer)
201 | Soziale Sicherheit (bspw. Pensionen, Behinderte, Armut; Verbraucherschutz einschließlich Lebensmittelkennzeichnung)
202 | Gesundheit (bspw. Ärzte, Spitäler, Krankenkassen, Gesundheitsvorsorge, Pflege, Lebensmittelkontrolle)
203 | Familien, Kinder und Jugend (bspw. Familienförderung, Mutterschutz, Förderung von Kindern und Jugendlichen, Jugendschutz)
400 | Alltagskriminalität (Delikte wie bspw. Diebstahl, Sachbeschädigung, Versicherungsbetrug, Urheberrechtsverletzung etc.)
401 | Unfälle und Katastrophen
402 | Alltag
403 | Profisport, Spitzensport
404 | Breitensport
405 | Prominenz, Lifestyle, Reisen, Unterhaltung
406 | Ratgeber
900 | Sonstiges

6.6 Anhang 3: Ländercodes nach ISO 3166 – Auszug

Name des Landes	**ALPHA-2**
Afghanistan	AF
Belgien	BE
Bulgarien	BG
China, Volksrepublik	CN
Dänemark	DK
Deutschland	DE
Estland	EE
Finnland	FI
Frankreich	FR
Griechenland	GR
Irland	IE
Italien	IT
Kroatien	HR
Lettland	LV
Litauen	LT
Luxemburg	LU
Malta	MT
Niederlande	NL
Österreich	AT
Polen	PL
Portugal	PT
Rumänien	RO
Russische Föderation	RU
Schweden	SE
Schweiz (Confoederatio Helvetica)	CH
Slowakei	SK
Slowenien	SI
Spanien	ES
Tschechische Republik	CZ
Ukraine	UA
Ungarn	HU
Vereinigte Staaten von Amerika	US
Vereinigtes Königreich Großbritannien und Nordirland	GB
Zypern	CY

Weitere Ländercodes: https://de.wikipedia.org/wiki/ISO-3166-1-Kodierliste



7 Verzeichnisse

7.1 Zitierte Literatur

Arnold, Klaus. 2009. Qualitätsjournalismus: Die Zeitung und ihr Publikum. Konstanz: UVK.

Barber, Benjamin. 1984. Strong democracy: Participatory politics for a new age. Berkeley: University of California Press.

Beaufort, Maren & Josef Seethaler. 2014. Wandel der Mediennutzung – Wandel im politischen Verhalten? Medien Journal 38, H. 1: 15–41.

Beck, Klaus, Wolfgang Schweiger & Werner Wirth, Hrsg. 2004. Gute Seiten – schlechte Seiten: Qualität in der Online-Kommunikation. München: R. Fischer.

Bennett, W. Lance & Alexandra Segerberg. 2012. The logic of connective action. Information, Communication & Society 15: 739–768.

Bertelsmann Stiftung, Staatsministerium Baden-Württemberg, Hrsg. Partizipation im Wandel. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.

Burkart, Roland, Uta Rußmann & Jürgen Grimm. 2010. Wie verständigungsorientiert ist Journalismus? Ein Qualitätsindex am Beispiel der Berichterstattung über Europa im Österreichischen Nationalratswahlkampf 2008. In Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung, hrsg. von Horst Pöttker & Christian Schwarzenegger, 256–281. Köln: van Halem.

Campbell, David F. J. & Christian Schaller, Hrsg. 2002. Demokratiequalität in Österreich: Zustand und Entwicklungsperspektiven. Opladen: Leske + Budrich.

Couldry, Nick & Ines Langer. 2005. Media consumption and public connection: Towards a typology of the dispersed citizen. Communication Review 8: 237–257.

Crouch, Colin. 2008. Postdemokratie. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Curran, James. 2000. Rethinking media and democracy. In Mass media and society, edited by James Curran and Michael Gurevitch, 3rd ed., 120–154. London: Arnold.

Debatin, Bernhard. 2008. The internet as a new platform for expressing opinions and as new public sphere. In The SAGE handbook of public opinion research, edited by Wolfgang Donsbach und Michael W. Traugott, 54–72. Los Angeles, CA: Sage.

Donsbach, Wolfgang. 2002. Objectivity in reporting. In Encyclopedia of international media and communication, edited by Donald H. Johnston, 383–391. San Diego: Academic Press.
Donsbach, Wolfgang & Bettina Klett. 1993. Subjective objectivity: How journalists in four countries define a key term of their Profession. Gazette 51: 53–83.
Ekman, Joakim & Erik Amnå. 2012. Political participation and civic engagement: Towards a new typology. Human Affairs 22: 283–300.
Entman, Robert M. 1993. Framing: Toward clarifaction of a fractured paradigm. Journal of Communication 43: 51–58.
Feldmann-Wojtachnia, Eva & Manuela Glaab. 2011. Bürgerengagement oder politischer Aktivismus? Zum Wandel der politischen Partizipation in Deutschland. Einsichten und Perspektiven 4, 232–245.
Ferree, Myra Marx, William A. Gamson, Jürgen Gerhards & Dieter Rucht. 2002. Four models of the public sphere in modern democracies. Theory and Society 31: 289–324.
fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich, Hrsg. 2014. Qualität der Medien – Jahrbuch 2014. Schweiz – Suise – Svizzera. Basel: Schwabe.
Gamson, William A. & Andre Modigliani. 1987. The changing culture of affirmative action. In Research in Political Sociology, Vol. 3, edited by Richard G. Braungart & M. M. Braungart, 137–177. Greenwich, CT: JAI Press.
Gerhards, Jürgen. 1997. Diskursive versus liberale Öffentlichkeit: Eine empirische Auseinandersetzung mit Jürgen Habermas. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 49, H. 1: 1–34.
Goffman, Erving. 1974. Frame analysis: An essay on the organization of experience. New York: Harper & Row.
Habermas, Jürgen. 1992. Staatsbürgerschaft und nationale Identität. In Jürgen Habermas, Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtstaats, 632–660. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
Habermas, Jürgen. 1996. Die Einbeziehung des Anderen: Studien zur Politischen Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
Hagen, Lutz. 1995. Informationsqualität von Nachrichten: Messmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen. Opladen. Westdeutscher Verlag.
Hallin, Daniel & Paolo Mancini. 2004. Comparing media systems: Three models of media and politics. Cambridge: Cambridge University Press.

Hanitzsch, Thomas & Josef Seethaler. 2009. Journalismuswelten – Ein Vergleich von Journalismuskulturen in 17 Ländern Medien & Kommunikationswissenschaft 57, H. 4: 464–483.

Hasebrink, Uwe. 2007. „Public Value“: Leitbegriff oder Nebelkerze in der Diskussion um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk? Rundfunk und Geschichte 33, H.1-2: 38–42.

Herbst, Susan & James R. Beniger. 1994. The changing infrastructure of public opinion. In Audiencemaking: How the media create the audience, edited: James S. Ettema & D. Charles Whitney, 95–114. Thousand Oaks: Sage.

Holoubek, Michael, Klaus Kassai und Matthias Traimer. 2006. Grundzüge des Rechts der Massenmedien. 3. Aufl. Wien: Springer.

Holtz-Bacha, Christina & Nina König-Reiling. 2007. Warum nicht gleich? Wie die Medien mit Frauen in der Politik umgehen. Wiesbaden: VS Verlag.

Imhof, Kurt. 2008. Die seismographische Qualität von Öffentlichkeit. In Seismographische Funktion von Öffentlichkeit im Wandel, hrsg. von Heinz Bonfadelli, Kurt Imhof, Roger Blum & Otfried Jarren, 17–56. Wiesbaden: VS Verlag.

Iyengar, Shanto. 1991. Is anyone responsible? How television frames political issues. Chicago, London: The University of Chicago Press.

Jandura, Olaf & Katja Friedrich. 2014. The quality of political media coverage. In Handbook of communication science, Vol. 18: Political communication, edited by Carsten Reinemann, 351–374. Berlin: de Gruyter.

Jarren, Otfried & Patrick Donges. 2011. Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Eine Einführung. 3. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.

Jarren, Otfried, Matthias Künzler & Manuel Puppis, Hrsg. 2012. Medienwandel oder Medienkrise: Folgen für Medienstrukturen und ihre Erforschung. Baden-Baden: Nomos.

Kepplinger, Hans Mathias. 1985. Systemtheoretische Aspekte politischer Kommunikation. Publizistik 30: 247–264.

Kepplinger, Hans Mathias, Hans-Bernd Brosius, Joachim Staab & Günter Linke. 1989. Instrumentelle Aktualisierung: Grundlagen einer Theorie publizistischer Konflikte. In Massenkommunikation: Theorien, Methoden, Befunde, hrsg. von Max Kaase & Winfried Schulz, 199–220. Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Landis, J. Richard & Gary G. Koch. 1977. The measurement of observer agreement for categorical data. Biometrics 33: 159–174.

Melischek, Gabriele, Uta Rußmann & Josef Seethaler. 2010. Agenda-Building in österreichischen Nationalratswahlkämpfen, 1970–2008. In Politik in der Medienarena: Praxis politischer Kommunikation in Österreich, hrsg. von Fritz Plasser, 101–143. Wien: facultas.wuv.

Melischek, Gabriele & Josef Seethaler. 2013. Going interpretive? Das Verhältnis von Politik und Journalismus in den Hauptabendnachrichten des Fernsehens während der österreichischen Nationalratswahlkämpfe seit 1983. In Medienzentrierte Demokratien: Befunde, Trends, Perspektiven. Festschrift für Univ.-Prof. Dr. Fritz Plasser, hrsg. von Ferdinand Karlhofer, Sven Jeschke und Günther Pallaver, 123–146. Wien: facultas.wuv.

Napoli, Philip M. 1999. Deconstructing the diversity principle. Journal of Communication 49, No. 4: 7–34.

Nelson, Thomas E. & Donald R. Kinder. 1996. Issue frames and group-centrism in American public opinion. Journal of Politics 4: 1055–1078.

Patterson, Thomas. 1993. Out of order. New Yok: Vintage.

Patterson, Thomas & Philip Seib. 2005. Informing the public. In The institutions of American democracy: The press, edited by Geneva Overholser & Kathleen Hall Jamieson, 189–202. Oxford: Oxford University Press.

Porto, Mauro P. 2007. Frame diversity and citizen competence: Towards a critical approach to news quality. Critical Studies in Media Communication 24: 303–321.

Reese, Stephen D., Oscar H. Gandy Jr. & August E. Grant, Eds. 2001. Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.

Reinemann, Carsten, James Stanyer, Sebastian Scherr & Guido Legnante. 2011. Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings. Journalism 13: 221–239.

Riffe, Daniel, Stephen Lacy & Frederick G. Fico. 2005. Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research. 2nd ed. New York: Routledge.

Rosenberger, Sieglinde & Jeremias Stadlmair. 2014. Partizipation in Österreich. In Partizipation im Wandel, hrsg. von der Bertelsmann Stiftung, Staatsministerium Baden-Württemberg, 455–488. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.

Sarcinelli, Ulrich. 1998. Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Schaal, Gary S. & Felix Heidenreich. 2013. Politik der Gefühle: Zur Rolle von Emotionen in der Demokratie. Aus Politik und Zeitgeschichte 32–33: 3–19.

Schudson, Michael. 1998. The good citizen: A history of American public life. New York: The Free Press.

Seethaler, Josef. 2010. Öffentliche Aufgabe und Wahrhaftigkeitspflicht in der Berichterstattung: Kommunikationswissenschaftliche Aspekte. In Medienpolitik und Recht, Bd. 1, hrsg. von Helmut Koziol, Josef Seethaler & Thomas Thiede, 65–80. Wien: Sramek.

Seethaler, Josef. 2013. Das Redaktionsgeheimnis zwischen Machttransparenz, freier Meinungsäußerung und politischer Partizipation. In: Medienpolitik und Recht, Bd. 2, hrsg. von Helmut Koziol, Josef Seethaler & Thomas Thiede, 145-160. Wien: Sramek.

Seethaler, Josef. 2015. Medienqualität: Anspruch und Wirklichkeit – Die österreichische Situation. In: Qualitätssicherung im Rundfunk und in den Online-Medien, hrsg. von Walter Berka, Christoph Grabenwarter & Michael Holoubek, 21–40. Wien: Manz.

Seethaler, Josef & Gabriele Melischek. 2006. Die Pressekonzentration in Österreich im europäischen Vergleich. Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft 35: 337–360.

Seethaler, Josef & Gabriele Melischek. 2015. Koexistenzen von scheinbar Inkompatiblem? Zum Wandel der österreichischen Medien- und Kommunikationsstrukturen. In Soziale Ordnung durch Kommunikation? Hrsg. von Klaus-Dieter Altmeppen, Patrick Donges, Matthias Künzler, Manuel Puppis, Ulrike Röttger & Hartmut Wessler, 67–88. Baden-Baden: Nomos.

Seifer, Kerstin. 2009. Governance als Einfluss-System: Der politische Einfluss von NGOs in asymmetrisch strukturierten Interaktionsarrangements. Wiesbaden: VS Verlag.

Steinmaurer, Thomas. 2002. Konzentriert und verflochten: Österreichs Mediensystem im Überblick. Innsbruck: StudienVerlag.

Strombäck, Jesper. 2005. In search of a standard: Four models of democracy and their normative implications for journalism. Journalism Studies 6: 331–345.

Urban, Juliane & Wolfgang Schweiger. 2014. News quality from the recipient's perspective: Investigating recipients' ability to judge the normative quality of news. Journalism Studies 15: 821–840.

Verba, Sidney, Kay L. Schlozman & Henry E. Brady. 1995. Voice and equality: Civic volunteerism in American politics. Cambridge: Harvard University Press.

Vīke-Freiberga, Vaira, Herta Däubler-Gmelin, Ben Hammersley & Luís Miguel Poiares Pessoa Maduro. 2013. A free and pluralistic media to sustain European democracy: The report of the High Level Group on Media Freedom and Pluralism. Brussels: European Commission.

Ward, Stephen J. A. 2004. The invention of journalism ethics: The path to objectivity and beyond. Montreal: McGill.

Weaver, David H., Randal A. Beam, Bonnie J. Brownlee, Paul S. Voakes & G. Cleveland Wilhoit. 2007. The American journalist in the 21st century: U.S. news people at the dawn of a new millennium. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Weischenberg, Siegfried. 2003. Leistung und journalistisches Bewusstsein: Zur „subjektiven Dimension" der Qualitätsdebatte. In Qualität im Journalismus: Grundlagen, Dimensionen, Praxismodelle, hrsg. von Hans-Jürgen & Klaus-Dieter Altmeppen, 163–178. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Wenzel, Corinna, Josef Trappel & Stefan Gadringer. 2012. Zur Qualität im Privatrundfunk: Begleitforschung zum österreichischen Privatrundfunkfonds. Im Auftrag der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR). Wien: RTR.

Wessler, Hartmut & Eike Mark Rinke. 2014. Deliberative performance of television news in three types of democracy: Insights from the United States, Germany, and Russia. Journal of Communication 64: 827–851.

Wilke, Jürgen & Carsten Reinemann. 2000. Kanzlerkandidaten in der Wahlkampfberichterstattung 1949–1998. Köln: Böhlau.

Woelke, Jens. 2012. TV-Programmanalyse: Fernsehvollprogramme in Österreich 2011. Im Auftrag der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR). Wien: RTR.

Zaller, John. 2003. A new standard of news quality: Burglar alarms for the monitorial citizen. Political Communication 20: 109–130.

Zauner, Karin. 2011. Warum Medien in Demokratien keine Integrationsfunktion haben dürfen. In Immigration, Diversität, Medien ... Wissenschaft & Praxis [Blog]. http://karinzauner.wordpress.com/2011/12/27/warum-medien-in-demokratien-keine-integrationsfunktion-haben-durfen/ (20.06.2015).

Zukin, Cliff, Scott Keeter, Molly Andolina, Krista Jenkins & Michael X. Delli Carpini. 2006. A new engagement? Political participation, civic life, and the changing American citizen. New York: Oxford University Press.

7.2 Abbildungen

Abbildung 1: Urhebertransparenz nach Mediengattungen (Anteil der Beiträge mit Nennung des Urhebers bzw. der Urheber) 42
Abbildung 2: Urhebertransparenz nach einzelnen Medien (Anteil der Beiträge mit Nennung des Urhebers bzw. der Urheber) 44
Abbildung 3: Quellentransparenz nach Mediengattungen (durchschnittliche Anzahl der Quellen pro Beitrag) 45
Abbildung 4: Quellentransparenz nach einzelnen Medien (durchschnittliche Anzahl der Quellen pro Beitrag) 46
Abbildung 5: Meinungsvielfalt nach Mediengattungen (durchschnittliche Anzahl der zitierten Akteure pro Beitrag) 48
Abbildung 6: Meinungsvielfalt nach einzelnen Medien (durchschnittliche Anzahl der zitierten Akteure pro Beitrag) 49
Abbildung 7: Relevanz der Berichterstattung nach Mediengattungen (Anteil der „Hard News“) 59
Abbildung 8: Relevanz der Berichterstattung nach einzelnen Medien (Anteil der „Hard News“) 60
Abbildung 9: Objektivitätsindex – Mediengattungen 62
Abbildung 10: Objektivitätsindex – einzelne Medien 64
Abbildung 11: Diskursindex – Mediengattungen 66
Abbildung 12: Diskursindex – einzelne Medien 67
Abbildung 13: Responsiveness der Mediengattungen (Anteil der Beiträge mit Verweisen auf Informations- und Interaktionsangebote im Internet) 69
Abbildung 14: Responsiveness der einzelnen Medien (Anteil der Beiträge mit Verweisen auf Informations- und Interaktionsangebote im Internet) 70
Abbildung 15: Objektivitätsindex – Fernsehen 81
Abbildung 16: Diskursindex – Fernsehen 82

7.3 Tabellen

Tabelle 1: Qualitätsmerkmale und Indikatoren 32
Tabelle 2: Anteil der Service-Beiträge 39
Tabelle 3: Zahl der analysierten Beiträge 40
Tabelle 4: Repräsentanz der parlamentarischen Parteien in der Berichterstattung (gemessen als zentrale Akteure von „Hard News“ mit Österreich- bzw. EU-Bezug; N = 8.711) 51

Tabelle 5: Repräsentanz von zivilgesellschaftlichen Akteuren in der Berichterstattung (gemessen als in Entscheidungsprozesse eingebundene Akteure) 54
Tabelle 6: Repräsentanz von Frauen in der Berichterstattung (gemessen als zentrale Akteure von Beiträgen) 57
Tabelle 7: Ergebnisse der Clusteranalyse aller Qualitätsmerkmale (Linkage zwischen den Gruppen, quadrierte euklidische Distanz) 76

Impressum

Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Band 1/2015: Qualität des tagesaktuellen Informationsangebots in den österreichischen Medien
Eine crossmediale Untersuchung

Medieninhaber (Verleger), Herausgeber und Redaktion:
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR)
A-1060 Wien, Mariahilfer Straße 77-79
E-Mail: rtr@rtr.at; Internet: www.rtr.at

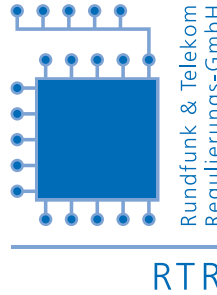
Für den Inhalt verantwortlich: Dr. Alfred Grinschgl (Geschäftsführer Medien),
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Grafik und Layout: Bulgarini Verlag und Werbeagentur, A-3053 Laaben, Gföhl 8

Verlags- und Herstellungsort: Wien
Einzelverkaufspreis: 10,- Euro

Obwohl aus Gründen der besseren Lesbarkeit im Bericht zur Bezeichnung von Personen die maskuline Form gewählt wurde, beziehen sich die Angaben selbstverständlich auf Angehörige beider Geschlechter.

© Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, September 2015


Rundfunk & Telekom
Regulierungs-GmbH
RTR