

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Dann schon lieber Pfeffer!“

Chancen und Gefahren politischer Satire im Journalismus

verfasst von / submitted by

Marion Pertschy, BA

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

Magistra philosophiae (Mag. phil.)

Wien, 2017 / Vienna 2017

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

A 066 841

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

Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Prof. Dr. Horst Pöttker

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, daß ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Altenberg, am 30.08.2017

A handwritten signature in cursive script, reading "Leonie Pertschke". The ink is dark and the handwriting is fluid, with a large, stylized 'P'.

GENDER ERKLÄRUNG

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Magisterarbeit die Sprachform des generischen Maskulinums angewendet. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.

14. Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei all denjenigen bedanken, die mich während meiner gesamten Studienlaufbahn und vor allem bei der Erstellung dieser Masterarbeit unterstützt und motiviert haben.

Mein Dank gebührt Herrn Prof. Horst Pöttker für seine Unterstützung im Magisterseminar und bei der Verfassung, sowie bei der Betreuung und Begutachtung meiner Masterarbeit. Auch für die hilfreichen Anregungen und Vorschläge und seine konstruktive Kritik vor und während der gesamten Entstehungsphase möchte ich mich zusätzlich bedanken.

Ebenfalls bedanken möchte ich mich vor allem bei meiner Studienkollegin Tanja Hahn, B.A. meiner Freundin Ricarda Götz, M.Sc., meinem Freund Christoph Miehl, B.B.Sc., meinem Freund Martin Grasl, Bakk. rer. nat. und meinem Freund Dr. Dipl.-Ing. Robert Nell, die mir mit viel Geduld und Hilfsbereitschaft zur Seite gestanden sind, viel Interesse zeigten, immer ein offenes Ohr für mich hatten und maßgeblich zur Fertigstellung meiner Masterarbeit, in der Form wie sie nun vorliegt, beigetragen haben.

Besonderer Dank gilt auch dem Engagement der Teilnehmern meiner Umfrage bei der Beantwortung der Fragen und Frau Dr. Ilse Brandner-Radinger, Frau Dr. Astrid Zimmermann, sowie allen anderen Freunden und Bekannten, die meine Umfrage an die betroffenen Stellen weiterleiteten, ohne die der empirische Teil meiner Arbeit nicht hätte entstehen können.

Abschließend gilt mein herzlicher Dank gilt auch meiner Familie und insbesondere meinen Eltern Elisabeth und Richard Pertschy, die mein ganzes Studium über hinter mir gestanden haben, mich motiviert haben und immer ein offenes Ohr für meine Sorgen hatten.

Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung	5
1. Forschungsinteresse	5
2. Forschungsstand	7
3. Forschungsfrage und Hypothesen	8
4. Relevanz des Themas	12
5. Methodisches Vorgehen	13
5.1. Quantitative Erhebungsmethode - schriftliche (internetgestützte) Befragung	14
5.2. Auswertungsmethode SPSS	17
5.2.1. Operationalisierung	17
5.3. Arbeitsablauf und Zeitplan	18
II. Theoretischer Hintergrund	20
6. Forschungstheoretische Ansätze	20
6.1. Journalismus- und Rezeptionstheorie	20
6.1.1. Soziologische Systemtheorie/ systemtheoretische Journalismustheorie	21
6.1.2. Kritische Medientheorie und Cultural Studies	23
6.1.2.1. Active-Audience-Theorie	27
6.1.2.2. Encoding/Decoding-Modell nach Stuart Hall	29
7. Definition Journalismus	30
8. Stilprinzip Satire	35
8.1. Geschichte und Etymologie	36
8.2. Formen der Satire	40
8.2.1. Satire im Theater	40
8.2.2. Satire und Kabarett	41
8.2.3. Satire als Karikatur	41
8.2.4. Satire im Rundfunk	42
8.2.5. Satire in Film und Fernsehen	43
8.2.6. Satire in der Literatur	46
8.2.7. Satire in Print und Online	46
8.3. Politische Satire und Journalismus	48
8.4. Zur Person des Satirikers	54
9. Chancen und Grenzen der Satire	59
9.1. Satire und Recht	68
9.2. Wenn Satire Journalismus ersetzt	74

III. Ergebnisse	79
9.3. Beantwortung Forschungsfrage 1	83
9.3.1. Fazit Forschungsfrage 1	88
9.4. Beantwortung Forschungsfrage 2	92
9.4.1. Fazit Forschungsfrage 2	99
9.5. Beantwortung Forschungsfrage 3	99
9.5.1. Fazit Forschungsfrage 3	104
IV. Resümee	104
10. Diskussion	104
10.1. Limitationen und Ausblick	107
V. Verzeichnisse	109
11. Literaturverzeichnis	109
11.1. Print	109
11.2. Online	114
12. Abbildungsverzeichnis	123
12.1. Tabellen	123
12.2. Diagramme	124
VI. Anhang	125
13. Abstract (DE/EN)	125
14. Danksagung	127
15. Lebenslauf	128

I. EINLEITUNG

„In whatever department of human expression, wherever there is objective truth there is satire.“ (Lewis, 1950)

1. Forschungsinteresse

„Was darf Satire? Alles“ meint Kurt Tucholsky und begründet dies:

„Die Satire beißt, lacht, pfeift und trommelt die große, bunte Landsknechtstrommel gegen alles, was stockt und träge ist. [...] Die Satire eines charaktervollen Künstlers, der um des Guten willen kämpft, verdient also nicht diese bürgerliche Nichtachtung und das empörte Fauchen, mit dem hierzulande diese Kunst abgetan wird. [...] Die Satire muß übertreiben und ist ihrem tiefsten Wesen nach ungerecht. Sie bläst die Wahrheit auf, damit sie deutlicher wird, und sie kann gar nicht anders arbeiten als nach dem Bibelwort: Es leiden die Gerechten mit den Ungerechten. [...] Und wir müssen nun nicht immer gleich aufbegehren („Schlächtermeister, wahret eure heiligsten Güter!“), wenn einer wirklich einmal einen guten Witz über uns reißt. Boshaft kann er sein, aber ehrlich soll er sein. Das ist kein rechter Mann und kein rechter Stand, der nicht einen ordentlichen Puff vertragen kann.“ (Tucholsky, 1919)

Jakob Wetzel kritisiert in einem Aufsatz in der Zeitschrift *Communicatio Socialis* die Einstellung Tucholskys. „[...] Die Aussage ist schlichtweg falsch. Satire hat feste rechtliche Grenzen, sie kann mit dem Strafrecht ebenso kollidieren wie mit dem Zivilrecht. Und sie soll auch nicht alles dürfen: Auf der Ebene der Berufsethik ist sie eingeschränkt durch Normen, wie sie beispielhaft der Kodex des Deutschen Presserates allen Medienschaffenden auferlegt. Satire darf also keineswegs alles. Doch was sie darf, ist schwer zu bestimmen. [...] Der Grund für diese Unsicherheit allerdings liegt im Wesen der Satire selbst: Sie übertreibt, sie verfremdet die Realität, und dieses Stilmittel muss in jedem Einzelfall neu durchschaut werden.“ (Wetzel, 2012: S. 276)

Die Ursprünge des Stilprinzips Satire liegen in der griechischen und römischen Antike. Wie etwa die im Mittelalter aufgekommene Ständesatire, die sich an der damaligen „hierarchischen, gottgewollten Ständelehre“ (wissen.de Lexikon, 2017) orientierte oder die Fastnachtspiele und Burlesken der Renaissance, in denen sich der Spott gegen die Regierenden richtete, übte die Satire von jeher Kritik an zeitgenössischen Missständen und bot Platz für subjektive „satirische Betrachtungen über tagesaktuelle Politik und Zeitumstände“. (ebd.) Auch Kurt Tucholsky setzte sich, wie oben erwähnt,

bereits 1919 mit diesem Thema auseinander, das nun wieder einen immensen Aufschwung erfahren hat.

„Satire, as we know it today, is the art of using language to communicate in such a way as to hold shortcomings up for censure by means of ridicule, derision, burlesque, irony, or other similar methods." (Crittenden; Hopkins; Simmons, 2011 : S. 175 nach New World Encyclopedia, 2008) „It is ‘a discourse on inquiry, a rhetoric of challenge that seeks through the asking of unanswered questions to clarify the underlying morality of a situation’ (Baym, 2005, p. 267). Although there are exceptions (as noted by Templin, 1999), satire has an underlying purpose, which is that of using humor as constructive criticism, and neither economic crises, wars, nor natural disasters have stemmed people’s desires to engage in humor at the expense of others.“ (ebd. 2011: S.175)

Satirische Bilder, Texte und Kommentare finden sich mittlerweile in den meisten großen Zeitungen. Online-Magazine wie etwa die österreichische *Tagespresse* oder der deutsche *Postillion* haben sich komplett der Satire verschrieben und auch Fernsehsendungen wie etwa *Die Anstalt* oder die amerikanische Show *Last Week Tonight* mit John Oliver arbeiten in dieser Form das Weltgeschehen auf. Sie wenden sich mit großem Unterhaltungspotenzial gegen die herrschende Meinung, politische Entscheidungen oder ähnliches, kritisieren sie und arbeiten unter anderem Themen auf, die durch den Journalismus nicht ausreichend besprochen, nicht kritisch durchleuchtet oder gar komplett vernachlässigt wurden. Spätestens jedoch nach den Anschlägen des IS auf die französische Satire-Zeitschrift *Charlie Hebdo* und der Causa Böhmermann, die in einem Schmähdgedicht gegen den türkischen Präsidenten Recep Tayyip Erdoğan wurzelt (wie später im Theorieteil noch genauer erklärt wird), ist Satire in aller Munde.

„Selten erlangte Satire solche Aufmerksamkeit wie in der „Böhmermann-Affäre“. Doch auch dann, wenn sie nicht dermaßen im Fokus des öffentlichen Interesses steht, gilt: Satire ist ein wichtiges publizistisches Mittel von außerordentlicher Bedeutung für die freiheitliche Demokratie und von der Verfassung besonders geschützt.“ (Biethahn, 2016)

Es ist schwer die Grenzen abzusteckern oder ihre Chancen und Gefahren in vollem Ausmaß zu begreifen.

Welche Berufsgruppe kommt somit stärker in Berührung mit Satire als Journalisten selbst? Die tagtägliche intensivisierte Beschäftigung mit Medien und tagesaktuellen Ereignissen machen es unmöglich, sich der Satire komplett zu entziehen. Satire und Journalismus sind in ihrem grundlegenden

Wesen sehr stark miteinander verflochten, auch wenn sie sich in einigen wesentlichen Punkten voneinander unterscheiden. Die immer wieder medial präsente Diskussion, ob Satiriker zu den (investigativen) Journalisten gezählt werden können, ist zudem ein Thema, das an jener Berufsgruppe aufgrund ihrer Betroffenheit nicht unbemerkt vorübergeht. Die bislang differierende politische Einstellung der Bevölkerung driftet durch aktuelle Weltgeschehnisse wie etwa die Flüchtlingsthematik immer mehr in zwei konträre Extreme auseinander und unter anderem ist womöglich auch gerade dieses Phänomen ein Grund für die steigende Beliebtheit der Satireformate. Journalisten, in gleichem Maße der menschlichen Rasse angehörend, sind wie jeder andere nicht durchwegs objektiv, sondern bilden im Laufe der Zeit eine persönliche, unterschiedlich stark beeinflussbare Meinung zu politischen oder gesellschaftlichen Themen, die manchmal mehr, manchmal weniger unterschwellig in deren Berichterstattung einfließen kann. Wodurch bilden sich jedoch Journalisten ihre (politische) Meinung - Nachrichtenformate an denen sie mitwirken, Nachrichtenformate anderer Journalisten, Social Media, oder fließt hier etwa doch auch das kritische Denken der Satiriker mit ein? Gerade die steigende Skepsis der Bevölkerung gegenüber den Medien in Bezug auf Objektivität, Populismus, Filtern, Verändern und Hervorheben bestimmter Themen und dem Aufschwung der Satire, machen eine Beleuchtung dieses Themas in Verbindung mit einer Befragung der Zielgruppe der Journalisten, Autoren und angehenden Journalisten zu einem interessanten und spannenden Vorhaben.

In Hinblick auf die zunehmende politische Spaltung der Gesellschaft, der Skepsis gegenüber den Medien und dem Aufschwung der Satire liegt es nicht fern, diese Themengebiete in eine gemeinsame Arbeit zu überführen. So soll hier zumindest eine der zahlreichen Forschungslücken um dieses breitgefächerte Thema geschlossen und damit zum besseren Verständnis der Satire beitragen werden.

2. Forschungsstand

Das Erforschen der Thematik der politischen Satire hat in der Aktualität des Aufschwungs von satirischen Medienformaten, einem zunehmend größeren Einfluss der sozialen Medien, einer zunehmenden Spaltung der Gesellschaft im Hinblick auf die politische Gesinnung, einer steigenden Frustration und Skepsis der Rezipienten gegenüber den Medien und einer immer größer werdenden Unzufriedenheit und immer stärkeren Rumoren in der Bevölkerung aufgrund des steigenden Gefühls, dass ihre Stimmen nicht gehört werden, sowohl politischen, als auch sozialen Bedarf. Auch die

Überflutung der Rezipienten mit schlechten Nachrichten über Terror, Krieg und Ähnlichem treiben sie in Richtung humoristischem Informations-Content.

„[...] the public’s appetite for escapism is rampant. There is a tendency to blur the boundaries between fact and fiction, so as to escape reality via its framing within humorous content. According to Jones and Baym (2010, p. 282), ‘laughter performs a very important role in setting a tone through which genuine democratic exchange can occur.’ Whereas fake news and paralleling current events with popular narratives for metaphor and/or reader comprehension have enabled escapism, satire has often emerged as the forum for escaping reality by intertwining fact and fiction humorously.“ (Crittenden; Hopkins; Simmons, 2011: S. 174)

Beschäftigungen zum Thema Satire und der Frage, was sie darf oder (nicht) dürfen sollte, finden sich bereits seit den Anfängen ihrer Existenz in den verschiedensten akademischen Disziplinen. Im Gegensatz zu anderen Forschungsgegenständen ist gerade die Satire jedoch ein Gebiet, das nach seiner gesteigerten Medienpräsenz aufgrund von Ereignissen wie dem Anschlag auf *Charlie Hebdo* oder der Causa Böhmermann, nicht ausschließlich Gelehrte, Akademiker, Publizisten und betroffene Persönlichkeiten, etc. beschäftigt. Mit diesem Thema kommen beinahe alle Teile der Bevölkerung in Berührung. Auf Social Media Kanälen wie etwa Facebook werden beispielsweise *Tagespresse*-Artikel geteilt oder Videos von Satirikern, die unterhaltende Kritik und amüsante Erläuterungen zu den verschiedensten Themen liefern, hochgeladen, die von jedem Nutzer gesehen werden können. Neben Social Media Kanälen und satirischen Online-Formaten haben jedoch auch bereits viele der „großen“ Zeitungen und TV-Kanäle mittlerweile satirische Rubriken in ihr Informationsangebot aufgenommen. In dieser weiten und differierten Verbreitung satirischer Medieninhalte zeigt sich, dass durchaus eine große Notwendigkeit besteht, sich mit den Chancen und Gefahren, die sich durch die Satire sowohl für die Gesellschaft, als auch für Medienlandschaft und Politik eröffnen, auseinanderzusetzen.

3. Forschungsfrage und Hypothesen

Aus meinen Überlegungen ergaben sich zu diesem Themenschwerpunkt diverse Forschungsfragen und Hypothesen, deren Untersuchungsgegenstände sich in der inhaltlichen Thematik von der speziellen Beschäftigung mit Satirikern selber, mit den Auswirkungen der Rezeption von Satire-Formaten für Jugendliche und junge Erwachsene, bis hin zu den Chancen und Gefahren von Satire für die Gesellschaft, was dies für den herkömmlichen Journalismus bedeutet und diverse andere Themen-

gebiete in Verbindung mit Satire erstrecken. Ich habe mich schlussendlich dazu entschlossen, wie aus meinen bisherigen Erläuterungen bereits hervorgeht, meinen Fokus auf die Chancen und Gefahren von Satire für die Gesellschaft und den Journalismus, teilweise unter Berücksichtigung der Parteilzugehörigkeit der ProbandInnen, zu legen. Diese Gebiete sind in der Kommunikationswissenschaft zwar bereits weit erforscht, aufgrund des speziellen Fokus auf die Zielgruppe der Journalisten, wurden jedoch noch keine vergleichbaren Studien erstellt, die das Thema aus demselben Blickwinkel beleuchten.

Aus obigem Forschungsinteresse und den verwendeten Theorien leiten sich somit folgende Forschungsfragen und Hypothesen für die Auswertung meiner Studie ab.

FF1: Welche Chancen und Gefahren für politische Öffentlichkeit ergeben sich durch das journalistische Genre Satire? Inwieweit ersetzen Satiresendungen herkömmliche Nachrichten-Formate?

H1: Mehr als zwei Drittel der regelmäßigen (monatlich oder öfter) Rezipienten von Satire-Formaten dieser Berufsgruppe, sind sich bewusst, dass Satire nur einen eingeschränkten Wahrheitsgehalt besitzt, also die Wirklichkeit aufbläht, überzieht und teilweise unwahren

Es wurde vermutet, dass Personen, die regelmäßig Satire konsumieren über ihre Art und Weise der Präsentation von Informationen informiert sind, und sich mit den Eigenheiten dieses journalistischen Genres auskennen.

H2: Journalisten, Autoren oder angehende Journalisten, die der Meinung sind, satirische Inhalte immer oder zumindest meistens zu verstehen, sind ebenso der Meinung dass für das Verständnis satirischer Inhalte ein gewisses politisches bzw. gesellschaftliches Vorwissen und Wissen über das aktuelle Weltgeschehen immer oder zumindest meistens essentiell ist.

Angenommen wurde hierbei, dass Journalisten aufgrund ihres Berufs das nötige Vorwissen über politisch und gesellschaftlich relevante Themen besitzen, um die satirischen Inhalte richtig zu verstehen.

H3: Von jenen befragten Personen, die einen Hochschulabschluss besitzen, ist mehr als die Hälfte überzeugt davon, dass Satire, da sie die Inhalte in aufgelockerter, leicht verständlicher und unterhaltender Form präsentieren, sich ihre Rezipienten zum Verständnis zusätzlich auch anderweitig informieren müssen und sie keine Tabus kennt, die Chance bietet, mehr Menschen auf der Welt kritische Ereignisse und Vorgänge in der Welt.

Es wurde angenommen, dass sich gebildete Menschen über das Weltgeschehen informieren und es als wichtig erachten, allen Menschen kritische Ereignisse zu vermitteln.

H4: Jene Teilnehmer, die der Meinung sind, dass ungebildete oder desinteressiertere Menschen anfälliger darauf sind, satirische Inhalte falsch zu verstehen, würden dem Zitat des Juristen Jan Hedde nicht oder nur teilweise zustimmen.

Vermutet wurde, dass ein geringer Bildungsgrad und ein mangelndes Interesse am Weltgeschehen mit dem Unverständnis von Satire einhergehen. Da dies einen nicht unwesentlichen Teil der Bevölkerung betrifft wird Satire nicht als wichtiges Transportmittel von Aussagen angenommen.

H5: Es kann ein Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des Nachrichten- und des Satirekonsums angenommen werden.

Angenommen wurde, dass ein hoher Satirekonsum mit einem niedrigen Nachrichtenkonsum einhergeht.

FF2: Kann ein Zusammenhang zwischen politischer Ausrichtung und Satirekonsum der befragten Zielgruppe angenommen werden?

Es ist zu vermuten, da Satireformate in den Medien mittlerweile allgegenwärtig sind, dass auch Journalisten in ihrer politischen Meinung von Satire beeinflusst werden.

H1: Es besteht in Abhängigkeit der politischen Einstellung der Befragten ein Unterschied in der Ansicht, ob Satire eine Art der Hetze oder Polarisierung betreibt.

Es wurde angenommen, dass politische mitte-rechts Wähler Satire eher als aufhetzend empfinden, da ihre Meinungen hier nicht vertreten werden.

H2: Es besteht ein Zusammenhang zwischen dem Zweck, zu dem die Befragten Satire verfolgen, und deren politischer Ausrichtung.

Es wurde angenommen, dass mitte-links Wähler satirische Inhalte eher als unterhaltsam empfinden und sie deshalb neben der Informationsgewinnung auch aus Gründen der Unterhaltung rezipieren.

H3: Es besteht ein Unterschied in der politischen Einstellung der Befragten im Vergleich zu deren Selbsteinschätzung des Grads der Beeinflussung durch Satire.

Es wurde angenommen, dass mitte-links Wähler nach ihrer Selbsteinschätzung stärker durch Satire beeinflusst werden, da Satire aufgrund ihrer politisch linken Orientierung ihre Meinungen vertritt.

H4: Es besteht ein Unterschied in der Häufigkeit des Konsums von Satireformaten im Vergleich von Wählern des politischen mitte-links Spektrums (SPÖ, Die Grünen, NEOS) gegenüber jenen des politischen mitte-rechts Spektrums (ÖVP, FPÖ, Team Stronach).

Angenommen wird hierbei, dass aufgrund der tendenziell linken Orientierung der Satire die Wähler des politischen mitte-links Spektrums häufiger Satire rezipieren als jene des politischen mitte-rechts Spektrums.

H5: Es besteht ein Unterschied in der persönlichen Einstellung der Befragten zum Grund für den Aufschwung der Satire im Vergleich zur Befürwortung der Existenz von Satire.

Es kann angenommen werden, dass der Anteil jener Journalisten, Autoren oder angehende Journalisten, die der Meinung sind, dass der Aufschwung der Satire daraus resultiert, dass sie auf die zunehmenden politischen Spannungsverhältnisse der Gesellschaft reagiert, die Existenz aller Satire-Formate oder zumindest jener satirischen Formate befürworten, bei denen der seriöse und wahre Kern noch erkennbar ist, höher ist als jener, der den Aufschwung durch eine gesteigerte Medienpräsenz oder dem Wunsch nach einfachen und unterhaltsamen Infos aufgrund eines Informationsüberflusses sieht.

FF3: Welche Einstellungen der Berufsgruppe der Journalisten lassen sich gegenüber Nachrichten- und Satireformaten feststellen?

H1: Die Einstellung gegenüber den Nachrichten steht in einem Zusammenhang mit der Häufigkeit des Konsums von herkömmlichen Nachrichtenformaten.

Es wurde vermutet, dass häufiger Konsum von herkömmlichen Nachrichtenformaten mit einer positiven Einstellung diesen gegenüber in Verbindung steht.

H2: Die Beweggründe für den Satirekonsum stehen in einem Zusammenhang mit der Häufigkeit des Satirekonsums.

Es wurde vermutet, dass häufiger Konsum von Satireformaten mit bestimmten Intentionen für den Satirekonsum in Verbindung steht.

H3: Zwei Drittel der Journalisten, Autoren und angehenden Journalisten würden österreichische Medien als nicht populistisch bezeichnen.

4. Relevanz des Themas

Die Arbeit soll einen Beitrag zur Kommunikations-Forschung leisten, indem sie anhand einer quantitativen Befragung mittels Fragebögen als Untersuchungsinstrument untersucht, inwieweit Satire-sendungen herkömmliche Nachrichten-Formate ersetzen und welche Chancen und Gefahren sich durch dieses journalistische Genre ergeben. Ein besonderes Augenmerk wird hierbei auf die Berufsgruppe der Journalisten verschiedener Medien und Medienformate gelegt und eröffnet somit eine Studie, die versucht eine meines Wissens nach bisher gänzlich unbeachtete Forschungslücke zu schließen. Die Arbeit behandelt zudem im Zuge des gewählten aktuellen Themas die Frage, ob die zunehmende Nutzung von satirischen Formaten das Resultat einer steigenden Skepsis gegenüber herkömmlicher Nachrichten-Formate ist und adressiert damit ein präsenes gesellschaftliches Problem.

Wie bereits erwähnt, sind zu diesem speziellen Thema noch keine vergleichbaren Studien zu finden. Hier ist somit ein praktischer Nutzen für die Öffentlichkeit und ein theoretischer Nutzen für die Wissenschaft gegeben. Die Relevanz des Themas erschließt sich somit aus der Neuartigkeit des Forschungsgebiets und aus dem Interesse für Wissenschaft und Öffentlichkeit. So wird in dieser Forschungsarbeit ein Phänomen aus der sozialen Wirklichkeit in eine wissenschaftliche Fragestellung überführt.

Die Arbeit kann als Anregung zur bewussten Rezeption von verschiedenen Nachrichten-Formaten und für die weitere kommunikationswissenschaftliche Forschung dienen.

5. Methodisches Vorgehen

In dieser Studie sollen innerhalb einer universitären Forschungsarbeit anhand einer Literaturrecherche sowie einer quantitativen Befragung die oben genannten Forschungsfragen und Hypothesen, zum Thema Satire als Journalismus untersucht und überprüft werden. Diese methodologische Vorgehensweisen werden in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft häufig verwendet.

Die selbst gewählten Fragestellungen sollen mit empirischen Daten und entsprechenden Methoden beantwortet werden. Da nur eine längere Erhebungsphase geplant ist, die anhand der Datenerhebung den Ist-Zustand und die zu diesem Zeitpunkt bestehenden Strukturunterschiede ermitteln soll, wird als Forschungsdesign eine Querschnittanalyse erstellt. (vgl. Wirtschaftslexikon24.com, 2015) Da diese Befragung zum Ziel hat, Unterschiede, Gemeinsamkeiten und Besonderheiten des „Satire-Konsums“ der österreichischen, in der Medienbranche tätigen oder zukünftig tätigen Bevölkerung aufzuzeigen, ist absolute Anonymität bei der Datenerhebung essentiell um zu vermeiden, dass Befragte sich in unwahre Angaben flüchten oder bestimmte Angaben verweigern um peinliche Situationen zu vermeiden. Hinzu kommt, dass kein Zugang zu einer ausreichenden Anzahl an Telefonnummern zu bereits tätigen und angehenden Journalisten vorhanden ist. Methodologisch bot es sich demnach hierfür an, eine schriftliche Online-Befragung durchzuführen, die anhand eines eigens erstellten quantitativen Fragebogens realisiert wurde. (vgl. Lederer, 2015)

Die Erstellung und Auswertung eines schriftlichen, internetgestützten Fragebogens dient dazu, Informationen der Befragten zum untersuchten Themenbereich zu erhalten, die im Anschluss ausgewertet und interpretiert werden können. Als wissenschaftliche Methode gilt die Durchführung einer Befragung mittels eines Fragebogens, wenn die Fragestellung oder mehrere Hypothesen sinnvoll mit den im Fragebogen formulierten Fragen verknüpft und diese ausgewertet werden. (vgl. Henz, 2011: S. 80)

Als erstes wurde das Thema innerhalb der vorgeschlagenen Über-Thematik ausgewählt, dann folgte eine Recherche der theoretischen Hintergründe und Theorien, eine Definition der Zielgruppen, sowie das Gewinnen und Formulieren des Erkenntnisinteresses. Weiters wurden insgesamt vier Hypothesen gebildet. Nach einer Operationalisierung der Hypothesen im nächsten Schritt und der Bildung der Variablen, wurden die Fragebögen nach bestimmten Grundregeln für das Fragebogen-Design entwickelt und erstellt. Ein Pretest wurde mit vier Studienkollegen durchgeführt und der Fragebogen auf die Verständlichkeit der Fragen, die Eindeutigkeit und Vollständigkeit der Antwortvorgabe und die Ermittlung der Befragungsdauer getestet. Kritikpunkte wurden berücksichtigt und ge-

gebener Weise übernommen, eine umfangreiche Modifikation musste jedoch nicht vorgenommen werden, der Pretest wurde somit nicht wiederholt.

Der Beginn der generellen Recherche war der 07.10.2016, da dies der Beginn des MASE-Seminars war. Es wurde im Folgenden nach erfolgreicher Beendigung des Seminars der vorher erstellte Fragebogen mit Hilfe von Frau Dr. Astrid Zimmermann, Generalsekretären des Journalistenverbands Concordia, Frau Dr. Ilse Brandner-Radinger, derzeitige Vorsitzende des ORF Publikumsrats und ehemalige Mitarbeiterin desselbigen Journalistenverbands, diversen in der Medienbranche tätigen Freunden und Bekannten und über verschiedene Facebook-Gruppen des Instituts für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien an eine Grundgesamtheit von 106 Journalisten und angehenden Journalisten übermittelt. Die ausgewählte Stichprobe und Zielgruppe sollte aus einer möglichst ausgewogenen Anzahl an weiblichen und männlichen Befragten, sowie einer möglichst unterschiedlichen Altersverteilung bestehen, um die Studie so aussagekräftig und repräsentativ wie möglich zu gestalten. Den Journalisten wurde glauben gemacht, dass die Befragung unter einer zufälligen Auswahl an Personen unterschiedlicher Berufsgruppen durchgeführt wurde, der Fokus auf die Berufsgruppe der Journalisten und die genaue Fragestellung der Studie wurde verschwiegen. Die Datenerhebung erfolgte innerhalb von etwa 8 bis 12 Wochen. Nach Rücksendung der Fragebögen, folgte die Auswertung der erhaltenen Daten mithilfe des Statistik-Programms SPSS. Hierbei wurden die relevanten Variablen mit einigen Tests, wie etwa der quantitativen Kreuztabellen-Analyse auf Zusammenhänge getestet, wissenschaftlich untersucht und eine Interpretation der Ergebnisse vorgenommen.

5.1. Quantitative Erhebungsmethode - schriftliche (internetgestützte)

Befragung

Um die, für die geplante Untersuchung, geeignet Erhebungsmethode zu wählen und festzulegen ob eine qualitative oder eine quantitative Forschung, deren Methoden und Ziele passend sind, musste zunächst herausgefunden werden, welches Forschungsziel die Untersuchung verfolgt. Nach der Auswahl des Forschungsthemas, der entsprechenden Problemfindung und -benennung, der darauffolgenden literaturbasierten Theorie- und Hypothesenbildung, der Zielgruppenauswahl und der Festlegung der angestrebten Grundgesamtheit, wurde festgestellt, welche Erhebungsmethode am besten für die Durchführung der empirischen Studie geeignet ist. Die Erhebungsmethode wird ent-

weder vom Forscher selbst für die konkrete Fragestellung entwickelt oder anhand eines bereits vorliegenden Instruments durchgeführt, das sich in vorangegangenen Untersuchungen bewähren konnte.

Als häufigste verwendete Erhebungsmethode gilt die Befragung. Da sie laut Abel, Möller und Treumann (1998) zitiert von Jürgen Raithel (2008) bei 70% aller Untersuchungen eingesetzt wird gilt sie weiterhin als „Standardinstrument der empirischen Sozialforschung“ (Raithel, 2008: S. 65 nach Diekmann, 2005) und unterscheidet sich von alltäglicher Kommunikation durch systematische Vorbereitung und Zielgerichtetheit.

„Die Befragung ist ein systematisch geplanter Kommunikationsprozess zwischen mindestens zwei Personen.“ (Raithel, 2008: S. 65)

Sie kann grundsätzlich mündlich als Face-to-Face-Befragung oder Telefoninterview, schriftlich über diverse Kanäle wie E-Mail, Internet oder ebenso persönlich, als Einzel- oder als Gruppenbefragung durchgeführt werden. (ebd. S. 66) Es wird weiters bei den darin zu beantwortenden Themenpunkten einer schriftlichen Befragung zwischen offenen, halboffenen und geschlossenen Fragen unterschieden. Die Antworten auf offene Fragen sind selbst zu verschriftlichen, wohingegen bei geschlossenen Fragen die Antwortmöglichkeiten vorgegeben sind und entweder mit Single- oder Multiple-Choice die passende Antwort zu wählen ist. Halboffene Fragen bilden einen Kompromiss, also eine Mischform aus beiden Möglichkeiten. (ebd. S. 68) Diverse Wissenschaftler wie beispielsweise Andreas Diekmann (1995) in seinem Werk „Empirische Sozialforschung“ oder Stanley L. Payne (1951) in „The Art of Asking Questions“ haben sich vertiefende Gedanken etwa bezüglich Faustregeln für das Stellen der Fragen oder Konstruktionskriterien für Fragebögen, zu diesen und anderen Erhebungsmethoden gemacht, auf die ich an diesem Punkt jedoch nicht näher eingehen werde, da dies nicht der Beantwortung meiner Forschungsfragen dient.

Drei wichtige Gütekriterien wurden herausgearbeitet, die bei der Erstellung eines Fragebogens von enormer Relevanz sind und in gegenseitiger Abhängigkeit zueinander stehen. Zum einen müssen die Messergebnisse objektiv, und damit unabhängig vom Forscher, seinen Meinungen (Durchführungsobjektivität) und der Auswertung (Auswertungsobjektivität) beziehungsweise Interpretation (Interpretationsobjektivität) sein. Weiters ist die Zuverlässigkeit der Ergebnisse, demgemäß ihre Reproduzierbarkeit, und ihre Gültigkeit und somit Brauchbarkeit von Bedeutung. Umso standardisierter die Befragung erfolgt, desto leichter werden diese Gütekriterien erreicht. (vgl. Mayer, 2013: S. 90)

Wie bereits erwähnt, können Befragungen auf unterschiedlichen Wegen durchgeführt werden. Internetgestützte oder Online-Fragebögen gewinnen durch die zunehmende globale Vernetzung, die stetig steigende Bedeutung des Internets und Social Media-Kanäle, sowie auch durch ihre wesentlich geringeren Kosten, den verminderten Aufwand und die kürzeren Durchführungszeiten zunehmend an Bedeutung. Hierbei wird der Fragebogen, oder die „Web-Survey“ (ebd. S. 104) über ein Online-Umfrage-Portal, wie in diesem Fall umfrageonline.com erstellt und ausgefüllt.

„Online-Fragebögen bieten im Vergleich zu Papierfragebögen eine Reihe neuer und innovativer Möglichkeiten. So ermöglichen sie u.a. den Einsatz von Filmen und Audioelementen, von speziellen Fragetypen wie z.B. „Drag-and-Drop“ zum Zuordnen von Elementen, eine individuelle Ansprache anhand personenbezogener Daten, eine automatische Item-Rotation zur Vermeidung von Reihungseffekten, eine Ausfüllkontrolle u.v.a.m.“ (ebd. nach Pötschke 2009, S.78)

Über Email-Adresslisten oder Soziale Netzwerke können internetbasierte Fragebögen schnell und einfach verteilt werden und ermöglichen das Ausfüllen des Fragebogens durch die Teilnehmer zu einem ihnen gewünschten Zeitpunkt und ohne Interviewereinfluss. In dieser Form können zudem geografisch weit verbreitete Personen erreicht werden, die erhobenen Daten sind sofort sichtbar und können meist in verschiedenen Dateiformen heruntergeladen werden. Einen besonderen Vorteil bietet dies somit auch bei der Auswertungsmethode mit der Analyse-Software SPSS, da durch das Herunterladen der Antworten als CSV-Datei dem Forschenden das händische Eintragen entfällt. Durch den geringen Einfluss und die Verbreitung über das Internet ergeben sich jedoch ebenso Nachteile, die bei der Wahl der Erhebungsmethode abgewogen werden sollten. Bei dieser Methode fehlen meist die Möglichkeiten eine zureichende Grundgesamtheit zu bestimmen und zu erhalten, da vor allem ältere Personen online auch heutzutage noch schwerer erreichbar sind, obwohl sich dies im Laufe der Zeit und der technischen Neuerungen bereits verändert hat und sich zunehmend zum positiven Wenden wird, da bereits die nächste Generation einem technikaffineren Umfeld entstammt. Viele sehen „durch die Möglichkeit der einfachen Datenverknüpfung“ zudem ihre Anonymität gefährdet. Hinzukommend ist ein weiterer großer Nachteil der Online-Befragung „die hohe Zahl der Interviewabbrüche“, die die Repräsentativität der Umfrage beeinträchtigt. (vgl. ebd. S. 105)

5.2. Auswertungsmethode SPSS

Eine häufige verwendete Möglichkeit, um die fertig ausgefüllten Fragebögen auszuwerten ist das bereits erwähnte Statistik- und Analyseprogramm IBM SPSS® 24 für Mac OSX, womit die deskriptiv- und inferenzstatistischen Auswertungen durchgeführt wurden. Im Rahmen der hypothesentestenden Prüfungen wurde das Signifikanzniveau mit $\alpha = 5\%$, entsprechend der Irrtumswahrscheinlichkeit, festgelegt. Diese Methode bietet wesentliche Vorteile bei der Datenauswertung durch die umfangreichen, wenn auch nicht allumfassenden, Möglichkeiten Variablen zu bearbeiten und in Verbindung miteinander zu setzen. Ein händische Eingabe der Daten in die Matrix ist jedoch sehr zeitaufwändig. Nachdem die Daten erhoben wurden, müssen sie operationalisiert werden. Zudem ist es oft notwendig, Variablen umzuformen oder neu zu bilden, erst danach kann mit der eigentlichen Analyse begonnen werden. Wurden alle Tests durchgeführt, wird ein empirischer Ergebnisbericht erstellt und die gebildeten Hypothesen beibehalten oder verworfen. (vgl. Raithel, 2008: S. 187)

5.2.1. Operationalisierung

In Theorien werden mit Hilfe theoretischer Begriffe Zusammenhänge in der realen Welt formuliert. Die theoretischen Begriffe sind jedoch nicht direkt messbar, sie müssen operationalisiert werden. Die Operationalisierung eines Begriffes besteht in der Angabe, wie Sachverhalte, die der Begriff bezeichnet, gemessen werden können. (vgl. Schnell u.a. 1999, S. 121) „Wissenschaftliche Hypothesen werden zu dem Zweck formuliert, um entsprechend empirisch getestet zu werden. Für diese Untersuchung müssen die einzelnen Variablen operationalisiert werden, d.h. systematisch messbar gemacht werden“ (Payrhuber, 2013)

Die verschiedenen Fragen und Antwortmöglichkeiten der Fragebögen werden auch in dieser Forschungsarbeit in Variablen umgewandelt. So wurde bereits beim Erstellen des Fragebogens jeder einzelnen Antwortmöglichkeit eine bestimmte Zahl zugeordnet, die dann im Statistikprogramm in eine größtenteils numerische Datenmatrix eingetragen und dort ausgewertet, analysiert und mit anderen Variablen verglichen wurde.

Beispiel:

Häufigkeit des Konsums von satirischen Nachrichten-Formaten:

1= täglich

2= mehrmals wöchentlich

3= einmal wöchentlich

4=monatlich

5= seltener

6= nie

Wie bereits erwähnt, werden die, auf Basis dieser Anleitung entstandenen Ergebnisse der Forschung anschließend mit Hilfe der Statistik- und Analyse-Software SPSS ausgewertet und tabellarisch dargestellt. In verschiedenen Verfahren und Tabellenarten, wie etwa Kreuztabellen etc. sollten so die Hypothesen überprüft werden um zu aussagekräftigen Ergebnissen zu gelangen. Wenn möglich, wurden die Kreuzungen von einem Chi-Quadrat-Test begleitet, der die Signifikanz des Getesteten aufzeigt. Hierbei wird ermittelt, ob ein Zusammenhang zwischen den bivariaten (zwei) Variablen zufällig zustande kam oder statistisch bestätigt werden kann. Die Signifikanz ist in weiterer Folge ein wichtiges Kriterium für die Gültigkeit der durch die Erhebung gewonnenen Befunde. Anhand der gewonnenen Daten können in der Folge die Hypothesen vorläufig beibehalten oder verworfen werden. Des Weiteren werden die Ergebnisse anhand der eingangs besprochenen Theorien und der dargelegten Studien interpretiert. (vgl. Raithel, 2008: S. 83ff)

5.3. Arbeitsablauf und Zeitplan

<i>Dezember 2016 bis März/April 2017</i>	
Vorarbeiten	- Recherche der theoretischen Hintergründe
<i>Dezember 2016 bis Jänner 2017</i>	
Erstellung des Exposés	<ul style="list-style-type: none">- Weiterführende Recherche- Erkenntnisinteresse formulieren- Auswahl der Zielgruppe- Formulierung der Fragestellung- Hypothesenbildung- Erstellung des vorläufigen Fragebogens
<i>Jänner bis Mai 2017</i>	

Analysevorbereitung	<ul style="list-style-type: none"> - Überarbeitung und Fertigstellung des Online-Fragebogens - E-Mail an Frau Dr. Zimmermann und Frau Dr. Brandner-Radinger - Codierung der Antwortmöglichkeiten - Erstellung eines SPSS-Datensatzes
<i>Februar bis August 2017</i>	
Theorie, Datenerhebung und Auswertung	<ul style="list-style-type: none"> - Sichtung der relevanten Literatur - Erarbeitung der theoretischen Hintergründe - Versenden der Fragebögen - Eintragen der ausgefüllten Fragebögen in SPSS - deskriptive Auswertung - Prüfen der Hypothesen - Interpretation der Ergebnisse
<i>August bis September 2017</i>	
Abschlussarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> - Überarbeiten des Theorieteils - Erneute Prüfung der Hypothesen - Formatierung - Hochladen der Arbeit auf HOPLA
<i>5. September 2017</i>	
Abgabetermin	- Abgabe der fertiggestellten Masterarbeit

II. THEORETISCHER HINTERGRUND

„Satire has been used throughout history to raise awareness of critical issues. Although its use was once limited to professional satirists and to the media, it has evolved over time and has now become a genre of the masses.“ (Crittenden; Hopkins; Simmons, 2011: S.174)

6. Forschungstheoretische Ansätze

6.1. Journalismus- und Rezeptionstheorie

In der Medien- und Kommunikationswissenschaft existieren viele verschiedene Theorien um ihre Einflüsse aus den unterschiedlichsten Perspektiven zu beobachten und zu erklären. Kommunikationswissenschaftliche Forschungsfelder befassen sich meist entweder mit den Kommunikatoren, dem Medienangebot, dem Mediensystem auf der Makroebene oder ihrer Wirkung. Die Wirkungs- oder auch Rezeptionsforschung beschäftigt sich dazu mit der Empfängerseite des Kommunikationsprozesses und mit der Frage, was passiert, wenn Menschen Angebote aus den (Massen-)Medien nutzen beziehungsweise rezipieren. (vgl. Gehrau, 2008: S. 341)

„Mit der theoretischen Beschreibung und Erklärung journalismusbezogener Probleme beschäftigt sich die Kommunikationswissenschaft seit Jahrzehnten. Und trotz mancher Unkenrufe – etwa über das Ende des Journalismus im Zeitalter sozialer Medien – bleibt das Thema bis auf weiteres en vogue: „Journalismustheorie und Rezeptions-/Nutzungstheorie sind die häufigsten Theorien, die Forschungen in der Kommunikations- und Medienwissenschaft zugrunde liegen.“ (Altmeppen et al. 2011, 384)“ (Löffelholz; Rothenberger, 2016: S. 11)

Da die Fülle aller sozialwissenschaftlichen Theorien hier nicht erfassbar und auch im Zusammenhang mit dem Forschungsinteresse dieser Arbeit von keiner Relevanz ist, sollen an dieser Stelle nur einige wenige Theorien, die zum Verständnis des Hintergrundes der theoretischen Aufarbeitung der Fragestellung beitragen können, kurz und nur bis zu einem notwendigen Grad behandelt werden.

6.1.1. Soziologische Systemtheorie/ systemtheoretische Journalismustheorie

Die soziologische Systemtheorie geht davon aus, dass durch Systembildung, also die Bildung gesellschaftlicher Subsystemen die spezielle Aufgaben übernehmen, und durch Selektion aller Ereignisse, deren Erfassung und der daraus folgenden Reduktion von Komplexität (vgl. Kohring, 2016: S. 165 nach Luhmann, 1984), „soziale Ordnung, deren Entwicklung als hoch selektiv und damit als sehr unwahrscheinlich betrachtet wird“ (Kohring, 2016: S. 165ff), möglich wird. Im Gegensatz zur ursprünglichen Systemtheorie, die die Handlungen in den Vordergrund stellte, geht die neuere Systemtheorie nach Luhmann jedoch von Kommunikationen als Elemente der Systeme aus, die nach Luhmann auf drei wesentlichen und aufeinanderfolgenden Schritten basieren: Information, Mitteilung und Verstehen. Verstehen bezieht sich hierbei auf das Verstehen der Mitteilung hinter der Nachricht, nicht per se auf den Sinngehalt selbiger. Gelingende Kommunikation steht nach Kohring (2016) jedoch drei wesentlichen Problemen gegenüber, die durch Luhmanns dreigeteilten Medienbegriff gelöst werden sollen. Einerseits müssen die Kommunizierenden über einen „gemeinsamen Verständniskontext“ verfügen. Dieses Problem wird nach Luhmann über das Medium der Sprache als „konsentierter Zeichenvorrat“ gelöst. Weiters ist die physikalische Erreichbarkeit nicht selbstverständlich und ihm soll demnach durch Verbreitungsmedien, zu denen in der heutigen Zeit auch technologische wie Soziale Medien oder das Internet generell gezählt werden müssen, Abhilfe geschaffen werden. Das dritte große Problem gelingender Kommunikation stellt die Motivation anschließender, fortführender Kommunikation dar, dem Luhmann die „symbolisch generalisierten Kommunikationsmedien“ Macht, Liebe, Geld, Kunst und Wahrheit und in diesem Zusammenhang die sogenannten „Erfolgsmedien“, die „sozial unwahrscheinliche Erwartungen symbolisch so zuzuspitzen, dass sie allgemein für jeden Einzelfall akzeptiert werden und die Kommunikation damit anschließbar wird“ (Thiedeke, 2012/13) entgegenstellt. Kohring (2016) überträgt in seinem Text eben jene Systemtheorie anhand verschiedener Entwürfe auf den Journalismus.

„Systemtheoretisch denken heißt: nach kommunikativen Grenzen suchen, die Sinn machen. Die Theorie sozialer Systeme auf Journalismus zu übertragen, bedeutet den theoretisch sehr anspruchsvollen Versuch, den Journalismus als ein Funktionssystem der Gesellschaft zu identifizieren und zu beschreiben.“ (Kohring, 2016: S. 168)

Luhmann schlägt ein System der Massenmedien vor, in dem Journalismus, Werbung und Unterhaltung nebeneinander existieren und die „Selbstbeobachtung der Gesellschaft“ (ebd.) beeinflussen,

„indem sie alle Ereignisse nach ihrem Informationswert klassifizieren und das, was sie für informationswürdig halten, ihren Publika vermitteln.“ (ebd. nach Luhmann 1996a) Auch Dörner (2006) sieht in ihnen die Möglichkeit Diskurse, Wert- und Sinnentwürfe aufzunehmen, sie zu verändern oder zu verstärken. „Auf diese Weise fungiert die Medienkultur als Faktor politisch-kulturellen Wandels. Medien und Unterhaltungskultur sind daher auch eine höchst relevante Bezugsgröße für politische Akteure.“ (Dörner, 2006: S. 224) Luhmanns Ansicht nach, folgen jedoch nur Massenmedien bei der Verwendung von Informationen, der expliziten Absicht, die Gesellschaft zu informieren und werden so zu „Garanten „der Beteiligung aller an einer gemeinsamen Realität“.“ (ebd. nach Luhmann 1991b, 320)

In Bezug auf die Selbstbeobachtungsfunktion bezieht sich Kohring (2016) auf Gerhard, der sie als „Aufmerksamkeitsproduktion für Themen“ (ebd. nach Gerhard, 1994: S. 87) spezifiziert und „Öffentlichkeit als gesellschaftliches Funktionssystem der Gesellschaft bezeichnet, in dem die sogenannten Massenmedien (und mit diesen der Journalismus) die Leistungsrolle übernehmen.“ (ebd. nach Gerhard, 1994: S. 87) Aufmerksamkeit sieht Kohring wiederum als „Grundvoraussetzung für gelingende Kommunikation.“ (ebd.) Ihre Grenzen bestehen nach Scholl und Weischenberg (1998) in „kommunikative[n] Sinn-Grenzen.“ (ebd. nach Scholl und Weischenberg 1998, 71).

„Durch die funktionale Differenzierung der Gesellschaft kommt es zu einer Leistungssteigerung, gleichzeitig aber auch zu einer Nicht-Kompatibilität der verschiedenen System-Rationalitäten. So sehr ein soziales Funktionssystem Autonomie für seinen Zuständigkeitsbereich beanspruchen kann, so sehr ist es in allen anderen Bereichen von seiner Umwelt abhängig – und vice versa.“ (ebd. S. 171)

Um Beobachtungen zu diesen „wechselseitigen Abhängigkeits- und Ergänzungsverhältnisse[n]“ anzustellen, bildete sich ein Funktionssystem aus, da ein einzelnes System dies nicht bewerkstelligen könnte - das Funktionssystem Öffentlichkeit. Die Selektionskriterien eines systemtheoretisch fundierten Journalismus für die Filterung der Informationen gehen über die Nachrichtenfaktoren hinaus und beziehen ebenso die Bedingungen und Konsequenzen der organisierten Nachrichtenproduktion, den Einfluss kommerzieller Faktoren und die Konsequenzen des Einsatzes technologischer Verbreitungsmedien ein. (ebd. S. 172)

Betrachtet man die Satire nun mit dem Hintergrund Luhmanns Systemtheorie zeigt sich, dass man hier mit einer besonderen Art der Kommunikation konfrontiert ist, die eine enge Bindung zur Gesellschaft und der Moral aufweist. Lanius (2017) erläutert, dass Moral symmetrisch strukturiert ge-

dacht werden muss, jedoch nach Luhmann nicht als eigenes System gelten kann. Der Satiriker greift auf ein bestimmtes Korpus an Normen- und Wertevorstellungen zurück, die der Rezipient/ kennen muss, um die Satire als solche wahrzunehmen - Die Moral spricht die Person an. (vgl. ebd.)

„Die Satire kann provozieren und missverstanden werden, wobei Missverstehen nach Luhmann im Verstehen inbegriffen ist. Rechtlich gesehen changiert die Satire zwischen Meinungs-, Presse- und Kunstfreiheit. Zusätzlich ist ein Konflikt mit Dritten wegen ihres teils aggressiven Charakters fast unausweichlich.“ (ebd.)

Diese Erkenntnisse sind nicht neu, Lanius (2017) zeigt in der Form und am Beispiel der Causa Böhmermann jedoch auf, dass dieses Phänomen auch mit der Systemtheorie erklärt werden kann.

„Zunächst spielt die Satire mit normativen Erwartungen. Im Gegensatz zur kognitiven Erwartung wird die normative Erwartung im Enttäuschungsfall aufrechterhalten – bei der Stabilisierung hilft hier unter anderem das Rechtssystem. Zudem ist eine gewisse Hartnäckigkeit einer moralisch aufgeladenen Kommunikation festzustellen, so dass es nachvollziehbar wird, warum Moral das Potential hat, Streit zu erzeugen oder zu verschärfen. »Wer [also] moralisiert, läßt sich auf ein Risiko ein und wird bei Widerstand sich leicht in der Lage finden, nach stärkeren Mitteln suchen zu müssen oder an Selbstachtung einzubüßen.«“ (ebd.)

6.1.2.Kritische Medientheorie und Cultural Studies

Der wichtigste Verdienst der kritischen Medientheorie ist es nach Christian Schicha (2008), eine wichtige Anregung für einen reflektierten Umgang mit den Medien geliefert zu haben und aufzuzeigen in welchen „gesellschaftlichen Macht- und Herrschaftsverhältnisse[n]“ (Schicha, 2008: S. 185ff) sich Massenmedien bewegen, die „neben integrativen auch kommerzielle Interessen vertreten“. (ebd.) Die kritische Medientheorie sucht das „Verhältnis von Medien im Rahmen seiner strukturellen Bedingungen, Inhalte und Rezeptionsmöglichkeiten zu erfassen und dies in den Kontext staatlicher Rahmenbedingungen zu stellen“ (ebd.) und nimmt dabei an, dass an Medien zwar der Anspruch gesellschaftliche Zusammenhänge zu vermitteln gestellt, stattdessen jedoch „eine Trivialisierung der Medienangebote konstatiert [wird], die eine kritische Öffentlichkeit verhindert“ (ebd.). In Anbetracht des technischen Fortschritts und dem zunehmendem Verbreitungsgrad der Medien stellt sie die Frage, „welchen Anteil die Massenkultur an der als problematisch wahrgenommenen Verfestigung der gesellschaftlichen Verhältnisse“ (ebd.) Massenmedien einnehmen.

Unterhaltung wird nach Interpretation der Vertreter der Kritischen Medientheorie mehr als Bedrohung denn als Bereicherung wahrgenommen, da sie sich trivialkultureller Muster und Inhalte bedient und die Menschen von ihren tatsächlichen Bedürfnissen ablenkt. In Folge setzten sie sich nicht mit den gesellschaftlichen Verhältnissen und sich selbst auseinander und die Gesellschaft würde schlussendlich entpolitisiert werden.

„Dadurch werde die Bildung autonomer, selbständig bewusst urteilender und sich frei entscheidender Individuen verhindert. Massenmedien avancieren so zu Instanzen des Massenbetruges, die die Träume und Sehnsüchte der Menschen durch kommerzielle Angebote zu befriedigen versuchen, jedoch faktisch zur Entmündigung der Konsumenten beitragen.“ (ebd.)

Die Kategorien und Mechanismen die in der Kritischen Medientheorie jene Folgeerscheinungen bewirken entspringen der marxistischen Theorie.

„Zunächst spielt die Entfremdungsproblematik eine zentrale Rolle, aus der ein Verblendungszusammenhang im Hinblick auf die manipulative Wirkungskraft von Massenmedien abgeleitet wird. Die grundlegende Ideologiekritik am Manipulationspotenzial der Massenmedien wird durch die These untermauert, dass sich durch die Medienrezeption unterhaltsamer Formate ein falsches Bewusstsein bei den Zuschauern herausbilde. Durch derartige Strategien werde eine kritische Öffentlichkeit verhindert, die sich ursprünglich an dem Modell einer diskursiven Kommunikationsgemeinschaft orientiert habe. Im Rahmen dieser radikalen Gesellschafts- und Medienkritik dominiere die „Konsumsphäre und Warenform unter Einschluss symbolischer Komponenten politischer Ökonomiedominanz und der bestehenden Herrschaftskultur“ (Waschkuhn 2000: 14), um von den tatsächlichen Bedürfnissen der Gesellschaft abzulenken.“ (ebd.)

Die Theorie Max Horkheimers versucht „neben der ökonomischen Analyse der gesellschaftlichen Machtverhältnisse auch eine sozialpsychologische Untersuchung mit Blick auf eine kulturtheoretische Betrachtung der Wirkungsweise der Massenkultur“ (ebd.) aufzuzeigen. So prognostizieren die Sozialphilosophen Max Horkheimer und Theodor W. Adorno eine „kulturelle und soziale Regression als Konsequenz einer industriellen Kulturproduktion, die gesellschaftliche Gegensätze und Orientierungslosigkeit durch die Produktion eines totalitär ausgerichteten Amusements zu verwischen versucht.“ (ebd.) Die Theorie der Beiden wurde jedoch von vielen Seiten stark kritisiert. Hauptkritikpunkt ist, dass sowohl Medienpublikum als auch Medienangebot als weitestgehend homogen und nivelliert angesehen werden und wenig Platz für Differenzierungen gelassen wird. Besonders Ha-

bermas warf ihnen vor, in ihren Überlegungen von „stilisierenden Übervereinfachungen“ (ebd.) Gebrauch gemacht zu haben, ohne die historische Dimension, die Unterschiede zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Programmstrukturen oder die Unterschiede bei der Programmgestaltung und den Rezeptionsgewohnheiten berücksichtigt zu haben. (vgl. ebd.) Zudem wird ihr ein „distanziertes Verhältnis zu den Methoden der empirischen Sozialforschung“ unterstellt. (ebd.)

Die kritische Journalismustheorie geht gleichzeitig davon aus, dass den Massenmedien durch verantwortungsvollen und kritischen Journalismus ein, die Bevölkerung emanzipierendes Potential, innewohnt, der Journalismus in kapitalistischen Gesellschaften jedoch tendenziell die Interessen des „Kapitals“ vertritt und die Interessen der Bevölkerung somit nicht erfüllen kann. (vgl. Scheu, 2016: S. 379f)

„Die Entfremdung der Journalisten von ihren Produkten führe ganz im Sinne von Karl Marx dazu, dass diese sich weniger an demokratischen Ansprüchen und stattdessen mehr an den Wünschen der Machteliten orientierten. Die unterstellte Manipulation der Bevölkerung im Sinne der herrschenden Klasse erscheint damit in der kapitalistischen Struktur des Journalismus angelegt. Anders ausgedrückt ist es aus einer kritisch-materialistischen Perspektive heraus die privatwirtschaftliche Grundstruktur des Mediensystems als solche, welche die Medienschaffenden an bestehende Produktions- und Herrschaftsverhältnisse fessle und sie daran hindere, ihrem eigentlichen Auftrag – der Herstellung einer kritischen und kontrollierenden Öffentlichkeit – und eigenen Ansprüchen nach Aufklärung nachzukommen.“ (ebd.)

Auf eben jenen Kritikpunkt an der Kritischen Medientheorie, die Rezipientenschaft als homogene Masse zu definieren, wird in den Cultural Studies eingegangen. Zu den gängigen Assoziationen mit dem Wort „culture“ wie Kunst, Literatur oder klassische Musik, kam dem Begriff im 19. Jahrhundert eine neue Bedeutung zu. Massenkultur wurde als etwas Politisches gesehen - Einerseits als Mittel der Herrschaft, bestehend aus „of routinized forms that diminish the complexity of human experience and serve the interests of powerful corporations“ (Rivkin; Ryan, 2004: S. 1242), wie Theodor W. Adorno und Max Horkheimer in ihrer „Dialectic of Enlightenment“ argumentieren, und andererseits, nach der zu der Zeit neu entstandenen Disziplin der Cultural Studies, als Widerstand gegen den Kapitalismus und als Möglichkeit den Herrschenden oppositionelle Ansichten zu unterbreiten. Am Centre for Contemporary Cultural Studies in Birmingham, England wurden unter der Leitung Stuart Halls, Soziologie, marxistische Politiktheorien und strukturelle Semiotik verknüpft um „the way the media "policed" economic crises by portraying the world in a way favorable to those in power“ zu analysieren. (Rivkin; Ryan, 2004: S. 1233) Gleichzeitig entwickelten marxisti-

sche Kritiker wie Fredric Jameson in den USA eine verfeinerte Version des Frankfurter Schulmodells der Herrschaft. Fernsehen, Werbung und Zeitschriften wurden zu Objekten der Analyse. John Fiske etwa, der 1987 ein Modell zur Analyse der „Television Culture“ entwickelte, argumentierte, dass die Rezipienten in der Regel abweichende Bedeutungen von jenen, die von den Produzenten von Fernsehprogrammen beabsichtigt sind, mitnehmen und so kulturelle Botschaften in einer Weise dekodieren, die es ihnen ermöglicht, kritisch über ihr Leben zu reflexieren. (vgl. ebd.)

Der entscheidende Unterschied der Cultural Studies zur Kritischen Medientheorie liegt im Versuch, bei der Analyse „die jeweilige soziale Position des Rezipienten unter Bezugnahme auf seine lebensweltlichen Hintergründe“ (Schicha, 2008: S. 185ff), sowie politische und historische Kontexte miteinzubeziehen. In diesem Sinne müssen ebenso die Interpretation oder die „Leseart“ (ebd.) individuell betrachtet werden und „abweichende Entschlüsselungen der angebotenen Inhalte“ (ebd.) durch die Rezipienten berücksichtigt werden. In den Cultural Studies werden somit Inhalte als vieldeutige Produkte innerhalb einer aktiv teilnehmenden Rezipientenschaft, die aufgrund unterschiedlicher Kontexterfahrungen alternative Interpretationen vornehmen, verstanden. Auch der Psychologe Dietrich Dörner vertritt diese Meinung. Im Gegensatz zur Gleichförmigkeit der Kritischen Medientheorie betont er die positiven Aspekte der Kultur einer Unterhaltungsöffentlichkeit, die

„...in sozial differenzierten Gesellschaften Fragmentierungstendenzen entgegenwirken kann, Aufmerksamkeit erzeugt und demzufolge gesellschaftliches Agenda-Setting und eine massenmedial evozierte Anschlusskommunikation erzeugen kann, bei denen die Nutzer ihre medialen Erlebnisse in eine kommunikative und interaktive Praxis umsetzen können. Durch die Konsonanzbildung in Unterhaltungsöffentlichkeiten werden den Rezipienten Orientierungshilfen angeboten, bei denen u.a. Traditionsbestände durch die permanente Inszenierung politisch-kultureller Vorstellungswelten sichtbar gemacht werden. Somit wird politische Identität in eindringlichen Symbolen emotional fassbar gemacht. Schließlich eröffnen Unterhaltungsöffentlichkeiten gemeinsame Kommunikationsräume, in denen soziale Integration vollzogen wird.“ (ebd. S. 188)

Analysen politischer Informationssendungen mit hohem Unterhaltungsgehalt durch Meyer et al. (2000) im Werk „Die Inszenierung des Politischen“ ergaben, „dass Beiträge, die die Aufmerksamkeit der Zuschauer durch aktionsreiche, emotional ansprechende und visuell reizvolle Inszenierungsformen erreichen, durchaus eine Vielzahl von Hintergrundinformationen und Strukturen transportieren können, die einen der Komplexität der Sache angemessenen Bild verdichten und gegebenenfalls politische Anschlussdiskurse initiieren können.“ (ebd. S. 188) Eben derartige Inhalte stellen

Satire-Formate dar, die qualitative Informationen auf unterhaltsame Weise darlegen. Durch unzureichende Recherche oder klamaukartige, zu überspitzte Inhalte verliert dieser Standpunkt jedoch bis zu einem gewissen Grad seine Tragfähigkeit. Sophia A. McClennen zitiert in ihrem Buch „Colbert's America: Satire and Democracy“ in diesem Sinne den amerikanischen Kulturwissenschaftler Russell Petersen:

„Satire nourishes our democracy, while the other stuff - let's call it pseudo-satire, since it bears a superficial resemblance to the real thing - is like fast food: popular, readily available, cheap; tasty in its way, but ultimately unhealthy.“ (McClennen, 2011: S.74 nach Petersen)

Jede Art satirischer Inhalte, die ihr Publikum jedoch in irgendeiner Weise anspricht - sei es durch geschickte unterhaltsame Präsentation faktischer Inhalte zu politischen, wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Themen, durch Überspitzen, Verspotten oder bildlichem oder verbalem Karikieren, für das Publikum relevanter Inhalte, das zu einer emotionalen Aufladung führt oder ähnliche Wirkungen hervorruft - und dadurch zu einer Anschlussdiskussion anregt, bewirkt, dass das Publikum einen höheren Informationsgewinn aus jeweiligen Formaten mitnimmt und Satire damit zum Informationsauftrag der Medien gegenüber der Gesellschaft beiträgt, sowie die Bedeutungs- und Meinungsproduktion beeinflusst.

6.1.2.1.Active-Audience-Theorie

Im Zusammenhang mit den bereits beschriebenen „Cultural Studies“ wurden neue Publikums-Theorien entwickelt. Die Zuschauer werden hier nicht mehr als „passive Rezeptoren, die auf Programmierung warten“ (McCarthy, 2009) oder „Gefäße für auferlegte Bedeutungen“ (Übersetzt nach Chandler; Munday, 2011) gesehen, sondern als kritische Denker, die entweder bewusst oder unbewusst und sowohl kognitiv als auch emotional an der Sinnbildung der Informationen in den Inhalten beteiligt sind. Die Bedeutung eines Inhalts wird somit nicht vor der Rezeption festgelegt, sondern das Publikum analysiert und bewertet sie je nach persönlichem Lebens- und Erlebten-Kontext (siehe vorangegangenes Kapitel) nach den zusammenhängenden Dimensionen Wahrnehmung, Verständnis, Interpretation, Bewertung und Antwort. Die Active-Audience-Theorie geht in diesem Sinne davon aus, dass Menschen die Medien für ihre eigenen Zwecke und um ihre Bedürfnisse zu befriedigen nutzen, den rezipierten Inhalt jedoch erst kritisch in Frage stellen.

„There was a hegemonic power play between the medium and the spectator, as well as a ‚democratic‘ polysemous understanding that no two viewings of The Simpsons were ever the same.“ (McCarthy, 2009)

In ihrem Essay „The State of Satire, the Satire of the State“ beschreiben Jonathan Gray, Jeffrey J. Jones und Ethan Thompson die Forderung der Satire nach einer active audience als eines ihrer Hauptelemente. Durch die prüfende, kritische Art der Satire Informationen darzubieten, werden auch die Rezipienten dazu aufgefordert das Dargebrachte abermals selbst zu überprüfen und kritisch zu hinterfragen. Herkömmliche Nachrichtenformate präsentieren ihrem Publikum mehr oder weniger seriöse Informationen, nach Gray et. al. ist es jedoch die Satire, die die Menschen dazu bringt

„[...] to take a piece of news and play with it, test it, reflect on it, and question it, „rather than simply consume it as information or ‚truth‘ from authoritative sources.““ (McClennen, 2011: S. 74 nach Gray et. al.)

So erreicht sie eine gebildete Öffentlichkeit, kreiert dabei eine Art Gemeinschaftssinn unter denen die die Satire verstehen, und zeigt in der Verbindung von Dummheit und Ernst, dass bereits bestehende und zukünftige allgemein akzeptierte Wahrheiten einem kritischen Hinterfragen und abermaligen Überdenken, sowie eines eventuellen Widerstandes dagegen bedürfen. (vgl. McClennen, 2011: S. 74)

Morley und Silverstone (1990) fragen jedoch, wie aktiv ein Publikum sein kann, dass sich nicht an der Textgestaltung und dem Entstehungsprozess der Inhalte beteiligen kann. Nach McCarthy (2009) wird durch den Satiriker Stephen Colbert und seine Sendung The Colbert Report das Konzept der active audience neu definiert. Ein Programmkonzept, bei dem das Publikum, oder Colberts „Nation“, wie er sie bezeichnet, nicht nur Zuschauer ist, sondern ihm Raum gegeben wird um eigenen Text/ Content zu erschaffen und zu bestimmen, bei Texten zusammenzuarbeiten und sich gegenseitig zu unterstützen. Ziel ist es, eine improvisatorische, interaktive Mitarbeit der Rezipienten zu fördern und damit ein, in anderer Form, aktives Publikum, das gemeinsam mit Colbert „democracy to knowledge“ (McCarthy, 2009 nach Colbert) bringt. Das Konzept wird inspiriert von der Wissensplattform Wikipedia, wo Colberts Ansicht nach, „any user can change any entry, and if enough users agree with them, it becomes true.“ Um diese Aussage und den Sinn dahinter besser vermitteln zu können, bezeichnet er es als „Wikiality“, ein Begriff der beschreiben soll, wie Realität durch die Zustimmung der Mehrheit zu einem Inhalt und ihre schöpferischen Tätigkeiten geschaffen wird. (vgl. ebd.)

6.1.2.2.Encoding/Decoding-Modell nach Stuart Hall

Das Modell ist Teil der Active-Audience-Theorie und beschreibt die „Grundbegriffe, die Medienproduktion und Medienrezeption ausmachen.“ (Krotz, 2009: S. 2017) Um den codierten Inhalt eines Medientextes interpretieren zu können, muss er von den Rezipienten zunächst decodiert, also seine Bedeutung extrahiert werden. Stuart Hall, ein bedeutender Vertreter der Cultural Studies, entwickelte dazu 1973 ein Encoding/Decoding-Modell, eine vierstufige Theorie der Kommunikation, die seine „marxistische ebenso wie seine semiotische Orientierung“ (Krotz, 2009: S. 217) vertritt, sich an den hegemonialen Ideologien in einer Gesellschaft orientiert und aufzuzeigen versucht, welche ideologische Macht die Medien über die Gesellschaft haben. Die Macht liegt für ihn vornehmlich auf der Encoding-Seite, das heißt auf der Seite der Medienmacher, die jeder Nachricht institutionelle Macht-Beziehungen einprägen und so „complex structures of dominance“ (Hall, 1973: S. 91) erzeugen. Diese Machtstrukturen werden den Rezipienten jedoch nicht aufgezwungen sondern stellen einen Vorschlag dar, der jedoch durch die ungleichen Machtpositionen von Encoder und Decoder dennoch einen Einfluss auf den Decodierungsprozess hat. Die Bedeutung einer Botschaft ist auch in Halls Modell nicht fixiert, sondern polysem und wird durch individuelle Kontexte beeinflusst. Nichtsdestotrotz ist der Interpretationsspielraum einer Nachricht nicht gänzlich offen. (vgl. Dorst, 2006) Beim Produzieren einer Nachricht, „verschlüsselt“ der Sender sie mit verbalen und non-verbalen Symbolen oder Codes, von denen er ausgeht, dass sie vom Publikum verstanden werden. Der Empfänger muss nun seinerseits die Nachricht rekonstruieren, um sie verstehen und interpretieren zu können. Nur wenn Sender und Empfänger die vergebenen Codes der Nachricht in derselben Weise interpretieren und ihr die gleiche Bedeutung zumessen, ist die Kommunikation effektiv. Die Stufen production, circulation, use und reproduction des Encoding/Decoding-Prozesses nach Hall sieht er als „relativ autonom“ von den anderen und mit jeweils spezifischen Begrenzungen und Möglichkeiten versehen.

„Since each has its specific modality and conditions of existence, each can constitute its own break or interruption of the ‚passage of forms‘ on whose continuity the flow of effective production (that is ‚reproduction‘) depends.“ (Hall, 1973: S. 91)

Aufgrund einer „auf antagonistischen Gegensätzen beruhenden Klassengesellschaft“ (Krotz, 2009: S. 216) existieren unterschiedliche „Deutungshoheiten“ (ebd.) und so unterscheidet Hall zwischen drei bevorzugten Lesearten, der dominanten, die mit dem System übereinstimmt, der oppositionel-

len dazu und der zwischen beiden ausgehandelten. Diese drei Kategorien „differenzieren, inwieweit die im Text vorhandene ideologische Position mit der des Rezipienten korreliert.“ (Juhnke, 2011) Bezogen auf eine systemkritische Satire würde dies heißen, dass ein Rezipient, der dem Inhalt dieser Satire zustimmt, eine oppositionelle Leseart wählt, lehnt er ihn vollständig ab, geht er mit dem System konform und entscheidet sich somit für eine dominante Leseart. Er hat jedoch auch die Möglichkeit eine Position zwischen den beiden Extremen einzunehmen und demnach eine ausgehandelte Leseart zu wählen. Diese Deutungsarten präziserte Hall jedoch im Laufe der Zeit, denn die ursprünglichen drei Kategorien erweckten den Eindruck, dass es nur jeweils eine von den drei Deutungsweisen gäbe, tatsächlich ist jede der drei Kategorien jedoch nicht als eine Leseart, sondern nur als zusammenfassender Überbegriff vieler verschiedener Lesearten einer Kategorie zu verstehen. Weiters erschien es, als gäbe es Individuen, die ungeachtet des Inhalts, immer die gleiche Deutungsweise verwendeten und immer nach demselben Muster decodierten. (vgl. ebd.)

„Das ist aber kaum anzunehmen: Niemand decodiert immer nach dem gleichen gesellschaftlich dominanten oder immer nach einem oppositionellen Muster – es gibt keine oppositionellen Existenzweisen, nur oppositionelle Leseweisen eines Textes.“ (ebd.)

So kam Stuart Hall zu dem Schluss, dass das Decodieren eines Textes ein „hochkomplexer Prozess [ist], in dessen Verlauf die Lesenden im Allgemeinen ihre Bezugspunkte und Perspektiven immer wieder wechseln können und das auch immer wieder tun.“ (ebd.)

7. Definition Journalismus

Allgemeinhin wird Journalismus im Volksmund als das gesamte Zeitungs- und Pressewesen definiert. Der Medienwissenschaftler Hans-Jürgen Bucher lieferte 1998 im "Historischen Wörterbuch der Rhetorik" eine präzisiertere Definition: „Unter Journalismus versteht man zum einen die Gesamtheit der Tätigkeiten von Journalisten, also die Sammlung, Prüfung, Auswahl, Verarbeitung und Verbreitung von Nachrichten, Kommentaren sowie Unterhaltungsstoffen durch Massenmedien. [...] Zum zweiten wird mit Journalismus im Allgemeinen die öffentliche Berichterstattung in Presse, Hörfunk, Fernsehen und im Internet als eine gesellschaftliche Institution bezeichnet.“ (Bucher in Ueding, 2005) Sein Ziel ist es Öffentlichkeit herzustellen, zu informieren, aufzudecken und zu unterhalten. Eine allgemeingültige Definition von Journalismus aufzustellen, ist jedoch schwierig,

zumal in der heutigen Zeit, in der das Internet und soziale Medien immer stärkere informierende Bedeutung gewinnen, auch der Begriff Journalismus, sowie das Berufsfeld des Journalisten immer breitgefächerter wird und immer schwerer abzugrenzen ist. Auch Christoph Neuberger und Peter Kapern bezeichnen „die Suche nach der einen „wahren“ Definition des Journalismus“ als „vergeblich“ (Neuberger, Kapern 2013), liefern jedoch eine interessante zusammenfassende Beschreibung ihrer Auffassung davon, was unter dem Begriff verstanden werden kann. „Der Journalismus ist ein gesellschaftliches Teilsystem mit der Funktion der Selbstbeobachtung der Gesellschaft. Dafür stellt er Öffentlichkeit her, indem er Themen aktuell und universell auswählt, objektiv über sie berichtet, Beiträge veröffentlicht und kontinuierlich mit Hilfe von Massenmedien an das Publikum verbreitet. Autonomie ist eine notwendige Voraussetzung für die Erfüllung dieser Funktion.“ (Neuberger; Kapern, 2013: S. 29) Diese Beschreibung wirkt teilweise jedoch eher romantisch als realistisch. Die Kriterien der Periodizität und Aktualität sind im Gebiet des Journalismus fest verankert und stellen Hauptcharakteristika der journalistischen Tätigkeit dar, wohingegen Objektivität und Autonomie immer häufiger unter den sich verändernden Umständen in der Gesellschaft leiden. Viele der größten österreichischen Medien pflegen in gewissem Maße ein Nahverhältnis zu einer bestimmten Partei und dementsprechend verändert beziehungsweise verzerrt ist die Berichterstattung über diese Partei oder Themen, die mit selbiger in Verbindung stehen.

„[...] the growing hostility of many news media to political leaders and parties is not universal, and it is countered by other evidence that shows that, at least in Europe, the typical patterns of media-politics relations are more those of alliance than of war (Morgan, 1990), of sacerdotal service to politics rather than pragmatic independence from it (Blumler & Gurevitch, 1987). [...] On this note] we should also admit two contextual processes: a diminished effectiveness of the traditional mass media in mobilizing mass audiences (Bennett, 1998) and a weakening of the traditional editorial and critical functions and roles of the news media themselves due to the diffusion of interactive communications and the growing preference of the news industry for “instrumental journalism” (Bardoel, 1996).“ (Mazzoleni; Schulz, 1999: S. 259)

Eine solch tendenziöse und subjektive Berichterstattung wird beispielsweise der Neuen Kronen Zeitung immer wieder vorgeworfen. Unter anderem aufgrund ehemaliger SPÖ-Politiker, wie etwa dem ehemaligen Sprecher von Viktor Klima (ehemaliger SPÖ-Bundeskanzler Jänner 1997 - Februar 2000) und SPÖ-Bundesgeschäftsführer unter Alfred Gusenbauer (ehemaliger SPÖ-Bundeskanzler Jänner 2007 - Dezember 2008) Josef Kalina, der zwischen seiner beruflichen Tätigkeit als Chronik-

Journalist bei der Kronen Zeitung beschäftigt war, hat die Kronen Zeitung diesen Ruf erlangt. (vgl. Burgstaller, 2011) Sie ist jedoch nicht die einzige Zeitung beziehungsweise das einzige Medium das zugunsten der Beziehung zu einer politischen Partei seine Objektivität aufgegeben hat.

Auch die „verschwimmenden Grenzen zu PR, Werbung, Kunst“ (Lünenborg, 2005: S.41) und den sogenannten Bloggern - Personen, die einen meist eher subjektiven, persönlichen Internet-Blog in Tagebuch-ähnlichem Stil führen und die Entscheidung schwierig machen, ob an jene Inhalte ebenso journalistischen Anforderungen gestellt werden können (vgl. Gründerszene Lexikon, 2017) -, erschweren die Abgrenzung des Arbeitsfeldes Journalismus. „Das System ‘Journalismus’ etwa entgrenzt sich inhaltlich-thematisch immer mehr zur Unterhaltung und zur PR, organisatorisch zu Management, Marketing und Technik, gesamtgesellschaftlich zur globalen Unterhaltungsindustrie. [...] Unterhaltung, Werbung, PR und Politik haben das Steuerrad übernommen [...]. Spin-Doctors, ‘redaktionelles Marketing’, Infotainment, News-Shows, Affektfernsehen und Daily Talks sind nur einige der Indikatoren dieses Wandels“ (Pörksen; Scholl, 2012 nach Weber, 2000: S. 9). Einen Versuch der Benennung der spezifischen Eigenschaften des Journalisten-Berufs machte beispielsweise der Deutsche Journalisten Verband in seinen Aufnahmerichtlinien. Journalist/in ist danach, wer „hauptberuflich als Arbeitnehmer/in, Arbeitnehmerähnliche/r oder als Selbstständige/r für Printmedien, Rundfunk, digitale Medien, Nachrichtenagenturen, in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit oder im Bildjournalismus tätig und an der Erarbeitung bzw. Verbreitung von Informationen, Meinungen und Unterhaltung durch Medien mittels Wort, Bild, Ton oder Kombination dieser Darstellungsmittel beteiligt ist, und zwar vornehmlich durch Recherchieren (Sammeln und Prüfen) sowie durch Auswählen und Bearbeiten der Informationsinhalte, durch deren eigenschöpferische medien-spezifische Aufbereitung (Berichterstattung und Kommentierung), Gestaltung und Vermittlung oder durch disponierende Tätigkeiten im Bereich von Organisation, Technik und Personal.“ (DJV, 2015)

Neben ethischen Richtlinien, den Publizistischen Grundsätzen die im Pressekodex des Deutschen, sowie des Österreichischen Presserats festgelegt werden, sind Publizisten ebenso diversen rechtlichen Grundlagen wie etwa beispielsweise dem Medienrecht, dem Strafgesetz, dem Urheberrechtsgesetz, dem Allgemeinen Bürgerlichen Gesetz oder der europäischen Menschenrechtskonvention unterworfen. Zum Unterschied zu jenen Gesetzesgrundlagen, ist der Pressekodex nicht direkt verpflichtend, sondern als „freiwillige Selbstverpflichtung“ (wiso.uni-hamburg.de, Jahr unbekannt) der teilnehmenden Verlage und Journalisten einzuhalten. „Verleger, Herausgeber und Journalisten müssen sich bei ihrer Arbeit der Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit und ihrer Verpflichtung für das Ansehen der Presse bewusst sein. Sie nehmen ihre publizistische Aufgabe fair, nach bestem

Wissen und Gewissen, unbeeinflusst von persönlichen Interessen und sachfremden Beweggründen wahr. Die publizistischen Grundsätze konkretisieren die Berufsethik der Presse. Sie umfasst die Pflicht, im Rahmen der Verfassung und der verfassungskonformen Gesetze das Ansehen der Presse zu wahren und für die Freiheit der Presse einzustehen.“ (Deutscher Presserat, 2015: S. 2) Ein Nichteinhalten des Ehrenkodex, dessen 16 (Deutschland) beziehungsweise 12 (Österreich) Absätze verschiedenste Bereiche der Informationsbeschaffung und Berichterstattung umfassen, führt jedoch im Bezug auf den Pressekodex lediglich zu einer Rüge durch den Presserat, die als Sanktion im Medium veröffentlicht werden soll. Wurde gegen ein Gesetz verstoßen erstrecken sich die Möglichkeiten der Sanktionierung von Geldstrafen über Unterlassungserklärungen, bis hin zu Gefängnisstrafen. Nicht jede journalistische Aussage, der von der Gesellschaft oder der betroffenen Person mit Unmut begegnet wird, kann jedoch zur Anklage beziehungsweise einer Verurteilung gebracht werden. In Österreich herrscht Pressefreiheit, die ebenso in der Erklärung der Menschenrechte, sowie in der Europäischen Menschenrechtskonvention fest verankert ist. In der Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen von 1948 heißt es: „Jeder hat das Recht auf Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung; dieses Recht schließt die Freiheit ein, Meinungen ungehindert anzuhängen sowie über Medien jeder Art und ohne Rücksicht auf Grenzen Informationen und Gedankengut zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten.“ (Vereinte Nationen, 1948: S. 4) Nicht ganz so Grenzenlos drückt sich jedoch die Meinungsfreiheit in der Europäischen Menschenrechtskonvention aus. Hier werden in Artikel 10, Paragraph 1 und 2 die Unterwerfung von Rundfunk-, Lichtspiel- oder Fernsehunternehmen unter ein Genehmigungsverfahren akzeptiert und „da die Ausübung dieser Freiheiten Pflichten und Verantwortung mit sich bringt, kann sie bestimmten, vom Gesetz vorgesehenen Formvorschriften, Bedingungen, Einschränkungen oder Strafdrohungen unterworfen werden, wie sie in einer demokratischen Gesellschaft im Interesse der nationalen Sicherheit, der territorialen Unversehrtheit oder der öffentlichen Sicherheit, der Aufrechterhaltung der Ordnung und der Verbrechensverhütung, des Schutzes der Gesundheit und der Moral, des Schutzes des guten Rufes oder der Rechte anderer unentbehrlich sind, um die Verbreitung von vertraulichen Nachrichten zu verhindern oder das Ansehen und die Unparteilichkeit der Rechtsprechung zu gewährleisten.“ (Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte, 1950: S. 11) Aufgrund jüngster Vorfälle büßte Österreich für das Jahr 2016 in der „Rangliste der Pressefreiheit“ der Reporter ohne Grenzen, einer „regierungsunabhängigen Menschenrechtsorganisation [...] für die Wahrung des Rechts auf Pressefreiheit und Meinungsvielfalt“ (Reporter ohne Grenzen Österreich, 2017) vier Plätze ein und rutschte damit von Platz 7 auf Platz 11 von 180 Ländern. "Grund hierfür sind die zeitweilige Informationssperre in Traiskirchen, die mangelnde öffentliche Transparenz durch das nach wie vor gültige Amtsgeheimnis

sowie die auffallend große Menge an Regierungsinseraten in speziellen Medien", erläuterte die Präsidentin der österreichischen Abteilung der Organisation, Rubina Möhring den Abstieg. (DerStandard.at, 2016) Jene auffallend große Menge an Regierungsinseraten zeugt wiederum von der mangelnden Objektivität mancher Medien, die zuvor bereits erwähnt wurde, wirft allerdings unter anderem auch die Frage nach der Unterscheidung zwischen Qualitäts- und Boulevardmedien auf. Um Qualität bewerten zu können, muss jedoch erst definiert werden, was darunter zu verstehen ist. In der Kommunikationswissenschaft ist die Qualitätsforschung zunächst vor allem auf die Prüfung der Frage gerichtet, ob Medien ihre Aufgaben erfüllen und neutral und ausgewogen berichten. Anfang der 90er plädierte Günther Rager für leicht messbare und überprüfbare Qualitätskriterien. Er systematisiert vier Qualitätskriterien, um journalistische Produkte zu beschreiben und zu messen: Aktualität, Relevanz, Richtigkeit und Vermittlung (vgl. Rager 1994:S. 189). Auch Objektivität und Wahrhaftigkeit in Text und Bild sind Kennzeichen eines qualitativ hochwertigen und seriösen Journalismus. Boulevardpresse hingegen ist die Bezeichnung für periodisch in hoher Auflage erscheinende Druckerzeugnisse mit sensationell aufgemachten Berichten, emotionalisierten Inhalten und dramatischer Bildberichterstattung. Die Texte beziehen sich oft auf negative oder skandalöse Ereignisse und sind teilweise übertrieben dargestellt oder gar mit unwahren Informationen oder Bildern gespickt. (vgl. Wörterbuch Deutsch, 2015: online)

„Humans have long been intrigued by fact versus fiction, with the expectation that the news is factual, objective, and credible (Crittenden; Hopkins; Simmons, 2011: S.174 nach McKain, 2005).

Solche „fake news“ sollen Überlieferungen zufolge den profitgerichteten Gedanken des amerikanischen Zeitungsverlegers Benjamin Day entsprungen sein. 1835 veröffentlichte er eine fiktionale, jedoch von den Lesern für wahr gehaltene Artikelserie zur Entdeckung von Leben auf dem Mond, die heute als der „Great Moon Hoax“ (A&E Television Networks, 2017) bekannt ist. Auch andere, in diesem Metier Tätige, wie etwa der Verleger William Randolph Hearst, sollen der Meinung gewesen sein „unvarnished truth to be a somewhat negotiable commodity, especially when its subversion could lead to profit or power“ (Crittenden; Hopkins; Simmons, 2011: S.174 nach Love, 2007: S. 34). (vgl. ebd., 2011: S.174) Bis heute sind immer wieder „fake news“ vor allem in Boulevardmedien zu finden. Somit kann ihnen nur eingeschränkte Seriosität zugeschrieben werden. (vgl. Wörterbuch Deutsch, 2015: online)

Unter anderem aufgrund von Boulevardmedien, Informationssperren und der Vorselektierung der Themen über die berichtet wird, die vom US-amerikanischen Soziologen David Manning White als

Gatekeeper-Modell in Verbindung mit Journalismusforschung geprägt wurde und die Informationsfilterung beziehungsweise -modifikation beschreibt (vgl. White, 1950), ist eine Skepsis gegenüber den Medien gewachsen, deren Aufhalten nunmehr unmöglich ist. Neue, unkonventionellere Medien wie etwa die bereits erwähnten Internet-Blogs oder Satire-Formate bieten daher eine willkommene Alternative beziehungsweise Ergänzung der Informationsbeschaffung. „'Mehr und mehr bestimmen billige Internet-Tagebücher die politische Debatte in den USA' betitelt die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung einen Beitrag über die politischen Weblogs der USA.“ (Bucher; Büffel, 2005 nach FAS 4.1.2004)

„[...] Die Weblogs sind dabei, das Territorium des privaten Online-Tagebuchs zu verlassen und das Gebiet der öffentlichen politischen Kommunikation zu betreten (vgl. Bucher 2004). Funktional betrachtet müssten sie dementsprechend als Form des Journalismus gelten, da sie unter diesen Beschreibungen ohne Zweifel journalistische Funktionen erfüllen: sie stellen Themen für die öffentliche Kommunikation bereit und tragen zur Selbstbeobachtung der Gesellschaft bei. Wir hätten es dementsprechend mit Wandlungsprozessen verschiedener Art zu tun: erstens einem Wandel des Journalismus, der sich im Auftauchen neuer Akteure, neuer Darstellungsformen und neuer digitaler Organisationsformen zeigt. Und zweitens einem Wandel der öffentlichen Kommunikation, der, wie die Beispiele aus dem laufenden US-Wahlkampf zeigen, durch die Weblogs offensichtlich eine neue Dynamik erhalten hat.“ (Bucher; Büffel, 2005: S.1)

Eben jene Wandlungsprozesse des Journalismus sind auch in Bezug auf Satire-Formate erkennbar.

8. Stilprinzip Satire

Bierce (1911) definiert Satire in „The Devil's Dictionary" als

„An obsolete kind of literary composition in which the vices and follies of the author's enemies were expounded with imperfect tenderness. In this country satire never had more than a sickly and uncertain existence, for the soul of it is wit, wherein we are dolefully deficient, the humor that we mistake for it, like all humor, being tolerant and sympathetic. Moreover, although Americans are 'endowed by their Creator' with abundant vice and folly, it is not generally known that these are reprehensible qualities, wherefore the satirist is popularly regarded as a sour-spirited knave, and his every victim's outcry for codefendants evokes a national assent.“ (Bierce, 1911)

Im Grunde ist mittlerweile jeder mit Satire, wenn auch nur durch Zufall, in Berührung gekommen, denn Satire ist heutzutage allgegenwärtig. Auf Sozialen Medien und ebenso in klassischen Formaten werden tagtäglich satirische Inhalte veröffentlicht und geteilt. Das Bestreben hinter Satire ist den Meisten bekannt, das allgemeine Wissen der Bevölkerung über Satire geht allerdings vorwiegend nicht in die Tiefe. Aufgrund der Aktualität des Themas und der herrschenden Informationsflut, sollte jedoch das Bewusstsein für jene Art politik- und gesellschaftskritischer Unterhaltung geschärft werden.

8.1. Geschichte und Etymologie

Das Stilprinzip der Satire geht noch viel länger in der Geschichte zurück, als manche wohl glauben wollen. Ihre ältesten Wurzeln reichen bis in die römische Antike zurück, in der sie ursprünglich als Versdichtung durch den römischen Dichter Quintus Ennius (239–169 v. Chr.), der eine „collection of poems in various meters on a variety of subjects“ (Online Etymology Dictionary, 2017) und hierbei unter dem Titel „Satura“ ein „Langgedicht in epigrammatischer Form“ (lernhelfer.de, 2010) verfasste, ins Leben gerufen wurde. Obwohl Ennius' *satura* nicht zwingend satirischen Charakter, wie wir ihn heute kennen, hatte, benannte der Begriff von nun an besonders Gedichte, die die vorherrschenden Laster angriff. Verschiedenen Quellen nach kann das Wort Satire jedoch mehreren Herkünften zugeordnet werden. Überlieferungen zufolge stammt der Terminus „Satire“ in seiner frühesten Form vom bereits erwähnten, lateinischen Wort *satur*, beziehungsweise *lanx satura* ab, das übersetzt soviel wie fruchtbar, voll, satt bedeutet, beziehungsweise eine bunt gemischte Fruchtschale für Götter bezeichnet und vermutlich in Verbindung mit den Ennius bunt gemischten Gedichtesammlung gesetzt werden kann. (vgl. lernhelfer.de, 2010) Andere Quellen, wie etwa das „Online Etymology Dictionary“ stellen die Verbindung des Wortes aus späterer Zeit zum, aus dem etwa zwischen dem vierzehnten und siebzehnten Jahrhundert gesprochenen (vgl. Eckert, 1986: S. 5), Mittelfranzösischen stammenden *satire* - „work intended to ridicule vice or folly“, sowie dem lateinischen *satira* - „satire, poetic medley“ (Online Etymology Dictionary, 2017) her. Aufgrund von Einflüssen aus Griechenland, genauer den griechischen Satyr, wurde später die Schreibweise fälschlicherweise auf eben diese geändert, da angenommen wurde, die Herkunft der Satire ginge auf das griechische Satyrspiel zurück. Dass hier eine Verbindung errahnt wurde, ist nicht unverständlich. Das Satyrspiel war eine Art des griechischen Dramas, das zwar tragischen Charakter hatte, jedoch eine fröhliche und lustige Atmosphäre implizierte. (vgl. Encyclopædia Britannica, 2017) Die Stücke waren oft übertrieben und beinhalteten burleske, parodistische und satirische Elemente. Die Satyre

waren Waldgottheiten und Begleiter des Bacchus, die als fabelhafte Wesen, die eindeutige Merkmale eines menschlichen Mannes und Ohren und Schwänze des Pferdes besaßen, gerne tanzten, viel Wein tranken und sich über die Regeln, Logiken und Eigenheiten der griechischen Gesellschaft lustig machten. In manchen englischen Alten Testamenten christlicher Bibeln wird auch der hebräische Se'irim, ein haariger Dämon, als Satyr übersetzt. (vgl. Online Etymology Dictionary, 2017)

„Daß der Teufel bei der Erfindung der Satire seine Hand im Spiel gehabt haben müsse, ist von den Verächtern dieser „beißen“ Schreibart und erst recht von den Opfern der Satire nie bezweifelt worden. Ihnen galt die Satire als eine „unanständige Art der Poesie“, wenn sie sie nicht überhaupt als schlechthin „unchristliche Schreib-Art angeprangert und verworfen haben. Aber auch den Satirikern selbst war ihr Geschäft verdächtig.“ (Lazarowicz, 1963: S.1) In der Folge bot die Satire in der römischen Literatur eine Plattform um Kritik an den Missständen zu üben und den römischen Alltag in „unheroischer“ Form zu beschreiben.

Als eigentlicher Vater der Satire als Gattung der Spottdichtung wird jedoch der Römer Gaius Lucilius (148 - 103 v. Chr.) aufgeführt, der „der römischen Verssatire das charakteristische Metrum des Hexameters“ (Meyer-Sickendiek, 2005: S. 378), einer sechshebigen Verszeile der klassischen griechischen und lateinischen epischen Dichtung (vgl. dictionary.com, 2017), gibt. Lucilius Spottschriften zielen wie die meisten der ersten Satiriker jener Zeit auf das Leben in Rom, den geschäftlichen Alltag, die menschlichen Laster, Aberglauben, Krankheit etc. ab. Horaz Satiren in seinen *Sermones* hatten noch einen humorvollen Grundton, mit dem er seine Leser auf Fehler und Verhaltensweisen hinwies. Die folgenden Satiren etwa des Persius oder Juvenal hatten bereits deutlichen aggressiven und zynischen Charakter und kamen einem „drastisch-moralisierenden Vortrag“ gleich. (vgl. Meyer-Sickendiek, 2005: S. 378)

Eine zweite und wirkungsvollere Grundform der Satire stellte eine Mischform von Vers und Prosa des „Popularphilosophen“ Menippos von Gardara (3. Jh. v. Chr.), auch als Menippische Satire bekannt, dar. Diese Form der Satire gilt als die langlebigste und ihre Grenzen waren weit weniger streng gezogen. Viele Literaten und Schriftsteller wie etwa Lukian von Samosata, Erasmus von Rotterdam, Francois Rabelais, Miguel de Cervantes oder Jonathan Swift beriefen sich in Folge auf Menippos und jene freie Form der Satire in ihren Texten. (vgl. ebd, 2005: S. 379)

Mit der Zeit wurde der Satire-Begriff weiterentwickelt und ausdifferenziert, um mit dem jeweiligen Namen eine ganz spezifische Sparte der Satire zu benennen. Im 18. Jahrhundert, der Zeit der Aufklärung entstanden so unterschiedliche Beschreibungen: Das Mittelalter war demnach von der

Ständesatire geprägt, welche „die verschiedenen Stände ihrer spezifischen Unarten, Betrugereien und Versäumnisse, eben ihrer Sünden“ anklagte und sie in Predigt- oder Gedichtform, oder in den sogenannten Teufelsspielen einen Stand nach dem anderen zur Hölle schickte. (vgl. Wodarz-Eichner, 2007: S. 48) Humanismus und Renaissance erfreuten sich der Narrensatire. Nicht auf eine soziale Schicht oder einen Stand begrenzt, kritisierte und verspottete sie menschliche Schwächen, Fehler und „Verhaltensweisen, die mit den bewährten Normen christlichen und sozialen Zusammenlebens nicht zu vereinbaren sind.“ (vgl. lernhelfer.de, 2010) In der Reformation wurde Satire ein Mittel im Streit um die christliche Lehre. In publizistische Druckwerken oder auch „Schmähschriften“ wie etwa Streitschriften oder Thesen sollten die „theologischen Ansichten, moralischen Überzeugungen, ja die Persönlichkeit“ des Gegner mit dem geschriebenen Worten angegriffen werden. (vgl. ebd., 2010) In den folgenden Epochen, dem Barock und der Aufklärung übte die Satire weniger Kritik am Klerus, sondern zielte mit ihrem Spott auf die höfische Gesellschaft, die Zeitgenossen und Idealvorstellungen ab, nahm einen aufklärerischen, erziehenden Charakter an und wurde nunmehr eher über ihren Inhalt als über ihre Form definiert. Auch die Moralsatire in Form von Fabeln erfuhr einen Aufschwung. Voltaire, Jonathan Swift und Alexander Pope sind Beispiele für bedeutende Satiriker dieser Zeit. Klassik und Romantik waren geprägt von der sogenannten Literatursatire, die auf „literarische Verfahrensweisen“ abzielte und eine „Parodie auf den deutschen Bildungsroman“ darstellte. Sie ist etwa in Werken Johann Wolfgang Goethes oder E.T.A. Hoffmanns zu finden. Johann Nepomuk Nestroy und Wilhelm Busch übten zu dieser Zeit Satire, die sich abermals in Richtung Sozialkritik wandte. Die politische Karikatur und der eher unpolitische Cartoon stellten neue Arten der Präsentation von Satire dar. Busch veröffentlichte in dieser Form bereits in den ersten aufkommenden satirischen Zeitschriften. Kein Anderer als Benjamin Franklin war es, der 1754 den ersten amerikanischen Satire-Cartoon kreierte, der daraufhin in der Pennsylvania Gazette veröffentlicht wurde. Mit dem Slogan „Join, or Die“ drängte er die britischen Kolonien im Kampf gegen Frankreich und seine Verbündeten dem Widerstand beizutreten. (vgl. Crittenden; Hopkins, Simmons, 2011: S. 175) Im Jahre 1975, erhielt der amerikanische Satire-Cartoonist Gary Trudeau für seine „Doonesbury“ Comics, in denen er unter anderem den Vietnam Krieg, Homosexualität und Adipositas satirisch darstellte, den ersten Pulitzer Preis der jemals vergeben wurde. (vgl. ebd., 2011: S. 175 nach ArcaMax Publishing, 2010)

Neben vielen bedeutenden satirischen Texten und Zeichnungen namenhafter Autoren wie etwa „Die letzten Tage der Menschheit“ von Karl Kraus oder „Professor Unrat“ von Heinrich Mann oder Wer-

ken Kurt Tucholskys und Erich Kästners, entstanden Ende des 19./ Anfang des 20. Jahrhunderts die ersten Kabaretts. (vgl. lernhelfer.de, 2010)

Mit dem Nationalsozialismus wurden jedoch viele Satirezeitschriften eingestellt oder gleichgeschaltet, Schriftsteller mussten ins Exil fliehen oder wurden ermordet und zahlreiche Werke fielen der Bücherverbrennung und der Zensur zum Opfer. Ab dem 19. Jahrhundert, aber vor allem mit Ende des zweiten Weltkrieges etablierte sich die gesellschaftskritische und politische Satire in Form von politischen Kabaretts und politischen Satiremagazinen wie dem deutschen Magazin *Titanic*, das bis heute noch publiziert wird. Auch Österreich brachte in der Geschichte einige, jedoch eher kurzlebige Satiremagazine wie beispielsweise *Watzmann* oder *Simplicissimus* hervor. Heutzutage übt Satire Kritik an verwerflichen Eigenschaften der Gesellschaft, ihren politischen Vertretern, aktuellen Weltgeschehnissen und wie damit umgegangen wird und Fragen des aktuellen Zeitgeschehens und findet sich weit verbreitet in diversen Medien. Vor allem durch das Internet und Social Media hat Satire zudem ein wichtiges Verbreitungsmedium gewonnen, dass jedoch je nach Blickwinkel nicht nur Vorteile bringt. (vgl. ebd, 2010)

„Although satire has been around for ages, the platforms for the delivery of satire have changed dramatically over the past few years. Satire was once a tool of media and of professionals; however, social media has now made it available to be used by anyone. This has changed the universe of opinion leaders from what was once a small group to one that is now much larger. Today, as a result of social media, anyone who has an electronic device has the opportunity to shape public opinion. This is evidenced, for example, by the growth of political satire on electronic platforms such as YouTube and Twitter.“ (Crittenden; Hopkins; Simmons, 2011: S. 174f)

Für Satiriker und ebenso für die Gesellschaft gilt es, sich an diese Veränderungen anzupassen. Nicht nur das Nutzerverhalten und der Inhalt der Social Media Kanäle, sondern auch die Reichweite in Bezug auf die Generationen haben sich im Vergleich zu deren Anfängen grundlegend verändert. Von der Pew Foundation durchgeführte Erhebungen ergaben, dass bereits 47% der befragten 50 bis 64-Jährigen Social Media verwenden. Global bewegen sich nach den Internet World Statistics von März 2017 knappe 4 Milliarden Nutzer auf derartigen Websites. (vgl. internetworldstats.com, 2017) Laut Statistiken der Nielson Company verbringen 18jährige und ältere Nutzer wöchentlich 5 Stunden 30 Minuten der Zeit, die sie sich online bewegen - rund 25 Stunden - auf Social Media Plattformen, allen voran Facebook. 94% der Internetnutzer gaben an, mindestens auf einer Social Media Plattform ein Nutzerprofil angelegt zu haben, der durchschnittliche Nutzer besitzt jedoch gleich

acht solcher Accounts. (vgl. The Nielsen Company, 2017) Der Inhalt der Social Media Plattformen wandelte sich von der passiven Einweg-Kommunikation seiner Anfänge zu einer entwickelteren, kultivierteren und verfeinerten Form, die den Nutzern die Interaktion in einer immer stärker vernetzten und grenzenlosen Welt ermöglicht.

„Kaplan and Haenlein (2010, p. 61) define social media as ‘a group of internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0 and that allow the creation and exchange of User Generated Content.’ The technologies enabled within social media platforms have engendered radically new ways of interacting, and the world of social media has grown dramatically (Hansen et al., 2011).“ (Crittenden; Hopkins; Simmons, 2011: S. 176)

Die Masse an Inhalten und verschiedenen Social Media Plattformen, die sich den Internetnutzern mittlerweile bietet und die unendlichen Möglichkeiten sich darin zu präsentieren oder ihre Stimme hören zu lassen, haben jedoch einen eher rückläufigen Effekt. Das Phänomen des „context collapse“ verändert das Verhalten der Nutzer auf Plattformen wie Facebook oder Twitter in Richtung einer abermals eher passiven Haltung. Sie „browsen“ nun eher durch den Inhalt, als sich an seinem Entstehen zu beteiligen. Trotz dieser Entwicklungen ist die Anzahl und die Häufigkeit der Besucher bzw. Besuche nicht zurückgegangen sondern hat im Gegenteil weiterhin zugenommen. Von diversen Seiten, Unternehmen, Prominenten, etc. produzierter Content gewinnt so also zusehends an Bedeutung. (vgl. GobaWebIndex, 2017)

8.2. Formen der Satire

Im Laufe der Zeit hat sich Satire stark gewandelt. Begann sie ihr Sein, wie soeben besprochen, als Versdichtung, so ist sie heutzutage in diversen Bereichen der Medienlandschaft zu finden. Politische Satire in ihren verschiedenen Formen und Ausprägungen ist durch ihren wandelbaren und anpassungsfähigen Charakter wie geschaffen um sowohl in den alten, als auch in den neuen Medien existieren zu können und Anwendung zu finden.

8.2.1. Satire im Theater

Satire als Teil der Theaterwelt gehört längst nicht der Vergangenheit an. In kurzen Sketchen oder kompletten Stücken mit mehreren Akten ist der Satire hier in diesem Sinn keine Grenze geboten.

Aktualität zu verfolgen stellt sich jedoch eher als problematisches Unterfangen dar, deshalb ist die Anzahl der satirischen Beiträge im Theater begrenzter als jene in anderen Medien. Im wahrsten Sinne theatralische satirische Aufführungen haben wir, um ein Beispiel zu nennen, dem Drehbuchautor, der auf gelungene Weise „mit Entsetzen Scherz“ (Petsch, 2007) trieb und diesen Sommer am 23. Juli seinen 10-jährigen Todestag begeht, dem ungarisch-stämmigen George Tabori zu verdanken. Mit Wiener Inszenierungen wie der „Goldberg-Variation“, einer Satire zum Thema Glauben, vor allem des jüdischen Glaubens, oder der politischen Satire „Mein Kampf“ machte er die verschiedensten Themen bühnenreif. (vgl. ebd.) „Wien um 1910. Im dunklen Kellerloch von Frau Merschmayers Männerheim treffen sie alle aufeinander. Da ist der gewitzte, jüdische Bibelverkäufer Schlomo Herzl, der unter der Hand erotische Literatur verhökert und nebenbei an einem Buch mit dem Titel Mein Kampf schreibt. Da ist der arbeitslose Koscher-Koch Lobkowitz, der glaubt, er wäre Gott. Und plötzlich taucht da auch der Grünschnabel Adolf Hitler auf, der sich für einen großen Künstler hält [...] judenfeindlich vom Germanentum schwafelt und sich maßlos überschätzt: „Mein Blut ist rein wie Treibschnee, ich entstamme einer Rasse zäh wie Leder, flink wie Krupp-Stahl und hart wie Windhunde.“ Sic! [...] Der lebensunfähige Neuling aus Braunau am Inn weckt das Helfersyndrom des Menschenfreunds Schlomo. [...] Auch ist es Schlomo, der Hitler nach der gescheiterten Aufnahmeprüfung empfiehlt, in die Politik zu gehen.“ (Seidel, 2011)

8.2.2.Satire und Kabarett

Vor Allem in Form des Kabarets trifft man Satire an. Sie ist ein wichtiges Stilmittel dieser Kleinkunstform, die grundsätzlich gesellschaftskritischen, unterhaltenden und verspottenden Charakter annimmt und ebenso meist „politische Zustände oder aktuelle Ereignisse“ (duden.de, 2017) kritisiert. Neben der Satire finden sich ebenso die verwandten und teilweise zugehörigen Ausdrucksmittel der Parodie, des Sarkasmus und der Ironie im Kabarett.

8.2.3.Satire als Karikatur

Bilder haben eine besonders wichtige Rolle in der Medienberichterstattung. Sie können sowohl als Dekorationselement, als auch als „Eyecatcher“, um das Interesse der Leser auf den Beitrag zu lenken, fungieren. Sie erwecken schneller die Aufmerksamkeit der Leser, im Vergleich zu den gesprochenen oder geschriebenen medialen Inhalten. Sie vermitteln eine Botschaft. Nicht verwunderlich ist es somit, dass die Medienlandschaft bereits in der Geschichte satirische Bilder, auch Karikaturen

genannt, hervorbrachte und diese Kunst heute noch Bestand hat. „Kritik an der Zeit, an der Unzulänglichkeit der Menschen oder deren unmenschlichen Handlungen durchzieht die Jahrhunderte; seit dem Aufkommen der graphischen Künste, von Zeichnung und Druckgraphik, wurde diese Aufgabe zu einer der wichtigsten.“ (Kunst Haus Wien, 1992) Nach Artikel 5 des Grundrechts ist hier zwar die Kunstfreiheit „vorbehaltlos“, jedoch ebenso wie bei der geschriebenen Satire nicht „schrakenlos“ gegeben. Die Schwierigkeit ist, die Botschaft aus der Karikatur herauszulesen. „Aus diesem Grund ist gerade bei dem karikieren (sic!) von Personen oder Ereignissen Vorsicht geboten, in Bezug auf das Überschreiten bestimmter Rechtsgrundlagen, sowie dem Missverstehen durch die Rezipienten. „[...] beim Betrachten einer politisch-satirischen Karikatur in einer Tageszeitung [wird] das Dargestellte nicht ernst genommen. Vielmehr wird die vordergründige Aussage in den aktuellen politischen Zusammenhang eingeordnet und aufgrund des Hintergrundwissens und der formalen Ausgestaltung der Karikatur deren eigentliche Aussage ermittelt.“ (Ennens, 2009: S. 75) Ist das notwendige Hintergrundwissen nicht gegeben oder nicht ausreichend, führt dies schnell zu einem Nicht-Verstehen durch die Rezipienten und weiterführend zu eventuellen Komplikationen, wie dies bei Satire generell der Fall sein kann. Besonders bildlichen-satirischen Darstellungen können jedoch trotz Verstehen oft Unmut in der Gesellschaft hervorrufen, wie das etwa bei einer Karikatur des französischen Satiremagazins *Charlie Hebdo* nach dem Erdbeben im italienischen Amatrice 2016 der Fall war. Die rund 300 Todesopfer wurden aufgrund der Bekanntheit des Dorfes als „Pasta-Hauptstadt Italiens“ als blutige Lasagnen-Schichten dargestellt. Neben Empörung in Italien und heftigen Protesten im Internet, benannte auch der Bürgermeister der betroffenen Stadt die Karikatur als „verwerflich und peinlich“ und reichte mit dem Rathaus Klage ein. (vgl. 2x Die Presse, 2016)

Schwarzer Humor und Satire sind in ihrem Wesen gut vereinbar und oft nicht getrennt anzutreffen. Manche Satiremagazine wie etwa *Charlie Hebdo*, das Anfang 2015 traurige Berühmtheit durch einen Anschlag des IS auf dessen Redaktion erlangte, erregen jedoch immer wieder durch derbe und oftmals geschmacklose Karikaturen Aufmerksamkeit, die im Internet weite Verbreitung finden und den Blick der Gesellschaft auf Satire zunehmend verdüstern. (vgl. ebd., 2017)

8.2.4.Satire im Rundfunk

Weniger verbreitet aber dennoch vorhanden ist Satire im Rundfunk. Besonders im deutschen Hörfunk, der beispielsweise mit den *Postillon Hörfunknachrichten* auf N-JOY oder dem *Intensiv-Statist*

on-Extrakt im NDR diverse Radio-Satiremagazine anbietet, ist dieses Format durchaus beliebt. Auch in anderen Ländern, wie etwa Groß Britanniens BBC Radio 4 Sendung *The Now Show* oder die Sendung *Spasspartout* des Schweizer Radiokanals SRF, finden sich jedoch vereinzelt immer wieder satirische Radiosendungen. Mit *Salon Helga*, einer Satiresendung der beiden Kabarettisten Dirk Stermann und Christoph Grisseemann, die anfangs vom Sender Ö3 ausgestrahlt und später vom Radiosender FM4 unverändert übernommen wurde, konnte Österreich bis 2014 ebenfalls mit einer eigenen für das Radio kreierten Satiresendung aufwarten. „Salon Helga ist wie der Regen oder kalte Temperaturen oder wie Achselflecken bei hoher Luftfeuchtigkeit. Er ist da und das ist tröstlich in dieser schnelllebigen Welt.“ (vgl. fm4.orf.at, 2009) Nachdem die Sendung abgesetzt wurde, existieren nun hauptsächlich Programme, wie etwa die FM4-Sendung *Chez Hermes*, eines Radiomodérateurs der sich selbst als Herr Hermes bezeichnet, die eine Mischung aus Musik, Komik und Satire darstellen. (vgl. fm4.orf.at, 2017) Es scheint jedoch fast so, als hätten Satiresendungen im Radio noch nie ein besonders hoch geschätztes Renommée beziehungsweise starke Einschaltquoten genossen. Programme und Zuhörer werden weniger. Dabei, oder gerade aus diesem Grund, heißt es: „Im Hörfunk genießt die Satire deutlich mehr Freiheiten als im Fernsehen. Auch politische Satire hat es leichter. Im Radio können Kabarettisten forscher an ihre Themen herangehen, weil es „nicht so viele interessiert, und Kabarett sowieso ein special-interest-Publikum hat.“ (Matthias Beltz) [...] Für Gesprächsstoff sorgt Politsatire im deutschen Hörfunk jedenfalls nicht, wirkliche Skandale gibt es nicht mehr. Reinhard Hippen weiß: „Es registriert kaum noch jemand wo irgendwann eine Sendung läuft.“ Lutz Hahn bestätigt: „Der Hörfunk spielt für die Politiker keine große Rolle. Im Grund genommen zählt ausschließlich das Fernsehen.““ (Behrmann, 2002: 376-378)

8.2.5.Satire in Film und Fernsehen

Satirische Nachrichten- beziehungsweise Unterhaltungsformate finden im Fernsehen hohen Anklang. „Satiresendungen sind im deutschen Fernsehen auf dem Vormarsch - zu diesem Schluss kommt der Medienwissenschaftler Bernd Gäbler.“, kommentiert die Welt den medialen Wandel. (Die Welt, 2016) Vor allem politische Themen dominieren die Inhalte der Sendungen. Die Bedeutung der Satiresendungen für ihre Rezipienten variiert jedoch länderspezifisch. Während beispielsweise in Österreich oder Deutschland die Nachrichten-Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sender noch einigermaßen zufriedenstellend zu sein scheint, obwohl sie auch hier „in den letzten zwanzig Jahren [...] ihren Auftrag zu politischer Willensbildung zunehmend als Produktion von Talkshows begriffen“ haben dürften, kritisiert Laberenz im NZZ-Artikel „Lachen bis zum bitteren

Ende“ von 2015, bietet etwa in den USA die vermehrt subjektive Berichterstattung keine vernünftige Informationsquelle mehr. Satiresendungen haben dort mittlerweile aufgrund der „faktenverfälschenden Darstellungen parteinaher Sender wie Fox“ (Lüber nach Porzelt, 2016), den Status von „oppositional news“ (ebd.) erlangt und sind für die Bevölkerung zu einer wichtigen Alternative im Informationsalltag geworden. (vgl. ebd.)

„According to Baym (2005), shows such as The Daily Show use a variety of techniques that revive critical inquiry and advance a model of deliberate democracy. Thus, it is likely not surprising that, by the mid 2000s, almost one-fourth of Americans between the ages of 18 and 29 years attributed their news source to the online programming of shows such as Saturday Night Live and The Daily Show (McKain, 2005). What might be surprising, however, is that Jon Stewart of The Daily Show was voted the most trusted newsperson in the post-Cronkite era (Jones and Baym, 2010)“,

erklären Crittenden, Hopkins und Simmons in ihrer Studie „Satirists as opinion leaders: is social media redefining roles?“ (Crittenden; Hopkins; Simmons, 2011: S. 175)

Auch in Deutschland wird jedoch das Schwinden der Qualität herkömmlicher Nachrichtensendungen aufgrund von „immer kürzeren O-Tönen und immer einfacheren Ansagetexten“ (NZZ, 2015), einer „Boulevardisierung“ (ebd.) und einer „Entpolitisierung“ (ebd.), einer „Talkshow-Republik und Empörungsdemokratie“ (ebd.), wie Ruprecht Eser, ehemaliger *Heute-Journal*-Moderator und -Leiter das Phänomen beschreibt, beklagt. (vgl. ebd.)

„Derweil verschwinden immer mehr Hintergrundberichte, abwägende Dokumentationen, komplexe Recherchen. Anspiel-Formate spriessen wie Krokusse aus dem Boden, Reporter rennen herum, es wird präsentiert, besprochen und verkörpert. Folgt man dem Politikwissenschaftler Thomas Meyer, dann ist das Gemein-Machen Stil. Unter der personalisierten Berichterstattung sieht er ein Machtprinzip heranwachsen: «Bei einer zentralen Gruppe von Alpha-journalisten ist eine Erosion essenzieller professioneller Massstäbe (sic!) zu beobachten, sie agieren längst, als hätten sie ein privilegiertes politisches Mandat.» Hier setzt Satire an.“ (ebd., 2015)

Im Fernsehen findet sich Satire in unterschiedlichen Ausprägungen. Talkshows oder Late-Night-Shows wie das österreichische *Willkommen Österreich* mit Stermann und Grisseemann, oder die US-amerikanische *Last Week Tonight Show* mit John Oliver, oder Formate wie *Die Anstalt*, die „am stärksten der Tradition des klassischen Kabarett verhaftet“ ist, wie die Studie "Quatsch oder Auf-

klärung? Witz und Politik in heute show und Co“ des Medienwissenschaftlers Bernd Gäßler erklärte, stellen die Hauptkategorien dar. Gerade für Politiker bedeuten Satire-Talkshows und die Interviews, die im Zuge dessen durchgeführt werden, eine neue ungezwungenere Art, sich der Öffentlichkeit „jenseits ihrer traditionellen Berufsrolle“, auf unkonventionelle Art und Weise ohne vorgefertigtes Skript und typischen Floskeln zu präsentieren. Die Studie „Politisches Gelächter - Rahmen, Rahmungen und Rollen bei Auftritten politischer Akteure in satirischen Interviews des deutschen Fernsehens“ der Medienwissenschaftler Andreas Dörner und Benedikt Porzelt hebt zudem ihre Möglichkeit für politische Akteure hervor, ein Publikum zu erreichen, „das auf den konventionellen Kanälen politischer Kommunikation kaum noch zu erreichen ist.“ (Dörner; Porzelt, 2016: S. 356)

Charlie Chaplin war einer der ersten Filmemacher, der satirische Elemente in seine Werke einfließen ließ und sich darin gerne über Autoritäten lustig machte. Vor allem der Tonfilm „Der große Diktator“ aus dem Jahr 1940, eine politisch-satirische Parodie auf Hitler, den Faschismus und all jene, die mit ihm sympathisierten, erlangte große Berühmtheit. (vgl. Die Welt, 2015) Auch nach ihm wurde die Satire als Element vielfach im Film genutzt, wenn sie auch derweilen noch nicht wirklich als eigene Filmgattung angesehen werden kann. „Anders als die Komödie hat die Satire nicht das befreiende oder versöhnende Lachen zum Ziel, sondern die Einsicht des Publikums in die Fehler oder Lächerlichkeiten des Systems; damit ist ihr etwas Thesenhaft-Didaktisches eingeschrieben. [...] Insofern ist sie weniger fiktional als die Komödie und wird nur einem Publikum verständlich, dass diese Wirklichkeit auch kennt. Die Satire verzichtet bewusst auf psychologische Konfliktentwicklungen und erschwert die Möglichkeit emotionaler Identifikation.“ (Lexikon der Filmbegriffe, 2012) Beispiele für gelungene satirische Filme sind etwa "Dr. Seltsam, oder wie ich lernte die Bombe zu lieben" des Regisseurs Stanley Kubrick von 1964 über den Kalten Krieg, „Wag the Dog - wenn der Schwanz mit dem Hund wedelt“ von Berry Levinson von 1997 als Kritik an der Macht der Medien über die Öffentlichkeit oder das etwas aktuellere Exemplar „Thank You for Smoking“ von Jason Reitman aus dem Jahr 2005 als Satire über die Tabakindustrie.

Generell bietet der Film Platz für verschiedenste Arten von Satire, die in einem geschützten Umfeld Kritik an diversen Bereichen des Lebens, wie der Gesellschaft, den Medien, Kriegen oder der Politik üben. „Aber auch der Film blieb und bleibt von Zensur und Verboten nicht verschont, da auch deren „hidden transcripts“, den Ärger und die reziproke Aggression darstellen, welche von der „presence of domination“ verweigert wird (Street 1997, S. 12). Solche politische Résistance zeigt sich beispielsweise wie „figures of authority“ (ebd., S. 13) in Texten verspottet werden, bspw. Serien wie The Simpsons, oder South Park adaptieren reale (politische) Persönlichkeiten in ihre Narrative um

diese oder für die Bereiche die sie repräsentieren, zu kritisieren.“ (Götz, 2015: S. 113f) Gerade diese Formen finden vor allem bei einem jüngeren Publikum großen Anklang und üben enormen Einfluss auf deren Meinungsbildung aus.

„The popular animated series of The Simpsons and South Park criticize multiple aspects of American culture (politics, religion, economic life, sexual orientation, scandals) via a parody of the modern family. Not only do these animated shows depict satire, they also do it in a carnivalesque way that allows an open format for serious affairs to be discussed in a crude language that signals that anyone can participate (Gray et al., 2009). According to Naughtie, journalist and presenter of Radio 4's Today program, The Simpsons 'are the most effective subversives of our time' (Bremmer et al., 2010).“ (Crittenden; Hopkins, Simmons, 2011: S. 175)

8.2.6.Satire in der Literatur

In der Literatur kann die Satire bereits auf eine lange Geschichte zurückblicken. Auch wenn heutzutage Literatur und Film oft nicht mehr ganz klar getrennt werden können, existieren jedoch auch zahlreiche nicht verfilmte Publikationen in der Gegenwartsliteratur mit fiktiven Geschichten, beispielsweise „Ich wollte schon immer Diktator werden“ von Siegfried Schilling, und solchen mit einem wahren Kern wie Florian Scheubas politische Satireschrift „Unschuldsvermutung“, einer Zusammenfassung der „täglich umfangreicher werdenden Skandal-Chronik der Republik Österreich“ (falter.at, 2011) , die zum Genre Satire gezählt werden können.

8.2.7.Satire in Print und Online

In Zeiten der stetig voranschreitenden Globalisierung und immer modernerer technischer Errungenschaften, finden sich besonders online diverse Magazine und Seiten zum Thema Satire, aber auch in der Printversion bestehen hier verschiedene Exemplare. Gerade wer heutzutage den schlechten und dramatischen Nachrichten der Zeitungen über Krieg, Terroranschläge, Umweltkatastrophen oder Wirtschaftsskandale überdrüssig geworden ist, findet Gefallen daran, ab und zu Nachrichten mit kritischem Unterton zu lesen, die einen dennoch zum Schmunzeln bringen. Ein Beispiel für ein bekanntes österreichisches Online-Medium, dass besonders über Facebook Verbreitung findet, ist *Die Tagespresse*. Der Initiator Fritz Jergitsch und seine Mitarbeiter greifen aktuelle oder politische

Themen auf, veröffentlichen aber ebenso Texte zu bereits vergangenen Themen. Artikel wie etwa „Sammelstelle für alte Flaschen: ÖVP bekommt Umweltpreis für vorbildliches Recycling“ (Die Tagespresse, 2017) oder „Grund für Panne bei Oscars geklärt: Jury verwendete österreichische Kuverts“ (Die Tagespresse, 2017) werden auf der Homepage veröffentlicht und über Social Media Kanäle wie Facebook, Twitter oder Instagram verbreitet. Ein vergleichbares Format in Deutschland ist beispielsweise *Der Postillon*, in den USA existiert etwa der seit 1765 anfangs als Printversion publizierte *The Onion*, der heute vor allem online erscheint (vgl. The Onion, 2017). Auch in gedruckter Form werden einige mehr oder weniger bekannte Satirezeitschriften herausgegeben. Das französische Satiremagazin *Charlie Hebdo* ist wohl seit dem, bereits zweiten, Anschlag auf dessen Redaktion am 7. Jänner 2015 zu einer dramatischen Berühmtheit unter den Druckversionen der Satire geworden, (vgl. Zeit Online, 2015) aber auch *Le Canard Enchaîné*, „Frankreichs Enthüllungsorgan Nummer eins, das französische Politiker und Wirtschaftsführer zum Zittern bringt“ (Schubert, faz, 2017) und gleichzeitig größtes Satiremagazin des Landes ist bereits eine kleine Legende unter den Satireblättern geworden. *Der Berliner Eulenspiegel* und das bereits erwähnte Frankfurter Satiremagazin *Titanic* beispielsweise erscheinen monatlich in Deutschland. Letzteres wird neben anderen vom Journalisten und Satiriker Martin Sonneborn geführt, der in Deutschland ebenso die „Spaßpartei“ (faz, 2016) *Die Partei* gründete, damit bei der Europawahl 2014 antrat und tatsächlich ins EU-Parlament einzog. (vgl. Die Partei, 2014) Der seit 1876 bestehende *Harvard Lampoon* stellt ein US-amerikanisches Satiremagazin dar, das von Studenten der Harvard University gegründet wurde und großen Erfolg feiert. Der damalige Präsident der Vereinigten Staaten Ulysses S. Grant „was advised not to read the magazine, as he would be too much “in stitches” to run the government“. (vgl. The Harvard Lampoon, 2017) *Lampoon* ist in diesem Zusammenhang als "A personal satire; abuse; censure written not to reform but to vex" (Online Etymology Dictionary nach Johnson, 1842: S. 420) zu verstehen. Auch in Österreich werden Satiremagazine, oder auch „Schundheftln“ (Scherz und Schund, 2017) wie der Karikaturist Gerhard Haderer seinen monatlich erscheinenden Satire-Comic *MOFF* bezeichnet, publiziert. „Unsere Wahrheit ist das gedruckte Heft“ (Wiener Zeitung, 2012), so Christoph Haderer. Der Anspruch kein geringerer als "die Welt zu retten" (ebd.) und "Scherz und Schund zu verbreiten“.“ (ebd.), meint Haderer über *MOFF*. Seit 2010 erscheint ebenso das Wiener Satiremagazin *Bananenblatt*, dessen Namen auf die abwertende Bezeichnung „Bananenrepublik“ anspielt. „Wenn es groß ist, will es Politiker in einer Regierungspartei sein.“ (Bananenblatt, 2015) verrät auch die „About“-Seite schon den satirischen Charakter des Magazins. Der Herausgeber Clemens Ettenauer kritisiert jedoch gegenüber der Wiener Zeitung die diesbezogene nicht vorhan-

dene Vielfalt in Österreich: "Ich finde es schade, dass es in einem Land wie Österreich, wo die Satire Tradition hat, nicht mehr solche Magazine gibt." (ebd. 2012)

Neben reinen Satireblättern bringen auch verschiedene nicht-satirische Zeitungen, wie etwa der Standard, dessen „partizipatives Internet-Zeitungsprojekt Satire & Kunst 2.0“ (Raketa, 2017) *Raketa* von freiwilligen Mitarbeitern betrieben wird oder die deutsche *taz* mit ihrer Rubrik „Die Wahrheit“, satirische Ableger auf den Markt. Besonders kommen jedoch in herkömmlichen Zeitungen meist Karikaturen oder satirische Comics zum Einsatz.

8.3. Politische Satire und Journalismus

Im gegenwärtigen „high choice media environment“ (Wessler; Rinke, 2016: S. 647 nach Prior, 2007) sind jegliche Arten von Informationen, so auch politische Informationen, ganz einfach und schnell mit dem Handy, Tablet, Laptop etc. jederzeit abrufbar. „The differences between the media environments in 1935, 1970 and 2005 are impossible to miss. Americans in 1935 had to wait for newspapers to be printed and delivered if they wanted more than short radio news summaries. Newscasters and politicians were right in the living room of many Americans in 1970 on a routine basis, but they left at seven o'clock. For Americans in 2005, they stand by every hour of the day, ready to drop a mountain of information at the click of a mouse or the push of a remote.“ (Prior, 2007: S. 3f) Die Entwicklungen die Markus Prior für Amerika im Jahr 2007 in seiner Studie „Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections“ feststellte sind natürlich auf sämtliche (westliche) Länder umlegbar. Zum derzeitigen Zeitpunkt, im Jahr 2017, können diese Tendenzen im Bezug auf die rasante Verbesserung der internetfähigen Smartphones und das Aufkommen der sogenannten „Apps“ (engl. Applications, bezeichnet Anwendungsprogramme auf den Smartphones in verschiedenen Gebieten) auch weiterhin als stetig fortschreitend betrachtet werden. Nutzer haben, wie bereits im vorangegangenen Unterkapitel erwähnt, mittlerweile die Möglichkeit in jeder Lebenslage über den vorinstallierten Internetbrowser des Smartphones oder über beliebige Zeitungs-, oder andere Apps der Social Networks wie Facebook, Twitter oder YouTube auf Informationen zuzugreifen und darauf zu reagieren. Prior belegt in seiner Studie jedoch weitgehend, dass die Entwicklung von Kabelfernsehen und Internet, im Gegensatz zur Einführung der regulären Fernsehübertragung, das politische Wissen der amerikanischen Bevölkerung schmälert und die Schere zwischen politisch Informierten und politische Uninformierten vergrößert. Zu verstehen ist dieses Phänomen wie folgt: Ausgehend von seiner Annah-

me, dass „Opportunity, Motivation and Ability (OMA)“, die wichtigsten Faktoren für politisches Lernen sind, wechseln jene Personen - Prior nennt sie „Switcher“ - mit einer höheren „Relative Entertainment Preference (REP)“, also jene, die unterhaltende Medieninhalte politischen vorziehen würden, sobald ihnen eine Alternative geboten wird.

„Despite dramatic increases in available political information through cable television and the Internet, political knowledge and turnout have not changed noticeably. To explain this seeming paradox, I argue that greater media choice makes it easier for people to find their preferred content. People who like news take advantage of abundant political information to become more knowledgeable and more likely to turn out. In contrast, people who prefer entertainment abandon the news and become less likely to learn about politics and go to the polls.“ (Prior, 2005: S. 577)

Politik und Medien stehen demnach in einer engen Beziehung.

Josef F. Haschke zeigt zudem in seinem Buch „Politische Vertrauenskrise? Die kommunikative Konstruktion von Politikervertrauen im lebensweltlichen Kontext“ einen weiteren Grund für eine geringe Beschäftigung mit Politik in Verbindung mit den Medien auf. Er ist der Meinung, „eine geringe Beschäftigung mit politikbezogenen Themen geht tendenziell mit einer vertrauensbezogenen Indifferenz einher.“ Er unterscheidet unter anderem zwischen den „Leistungsorientierten Misstrauischen“ und den „Enttäuschten Linken“. Für beide Typen „fungieren Medien als Zeugen erklärten Misstrauens, indem sie Informationen bereitstellen, die beide Typen in ihrer misstrauischen Haltung gegenüber Politikern noch bestärken. Hinzu kommt, dass diese Typen auch den medialen Akteuren selbst wenig Vertrauen entgegenbringen, sodass sich hier mediales und politisches Misstrauen in einem wechselseitigen Verstärkungsprozess befinden. Auf diese Weise offenbart sich die von manchen Autoren vertretene These einer Zynismus-Spirale: „[T]here seems to be a ‚spiral of cynicism‘ in the form of negative attitudes towards the media and towards politics“ (Otto & Maier 2013: 8; Hvhg. i. O.).“ (Haschke, 2016: S. 391) Unterschieden werden die Typen in ihrer Reaktion auf das beschriebene Misstrauen: Während sich die Enttäuschten Linken von Politik und ihrer Berichterstattung abwenden, versuchen die Leistungsorientierten Misstrauischen nur noch umso mehr politische Informationen anzuhäufen. (vgl. ebd., 2016: S. 391) Auch Martin Löffelholz und Liane Rothenberger beobachten in den „entwickelten westlichen Demokratien“ jenen Trend. „Mit Blick auf das politische Vertrauen der Bürger gegenüber dem politischen System und den Politikern ist zu vermuten, dass die Wahrscheinlichkeit von „Zynismusspiralen“ (Cappella und Jamieson 1997) ansteigt, in denen eine zynische Politikberichterstattung, bspw. über die vermeintlich rein eigennützi-

gen Handlungsmotive von Politikern, ein zunehmend zynisches Bürgerpublikum hervorbringt.“ (Löffelholz; Rothenberger, 2016: S. 647)

An diesen Punkten setzt nun Satire an, die in Bezug auf Politik dem Konzept Anderas Dörners (2001), des „Politainments“, zugerechnet werden kann. „Politik im Unterhaltungsformat stellt immer eine personalisierte und auf einfache Grundkonstellationen reduzierte Wirklichkeit dar. Einfache Erzählungen, Anekdoten und pointiert zugespitzte Aussagen bilden den Normalmodus der unterhaltenden Politik. In dieser Reduktion liegen zweifellos Verzerrungen und Verkürzungen dessen, was die Komplexität der Politik in der außermedialen Realität ausmacht. All das, was sich dem Format unterhaltender Politikrepräsentation nicht fügt, wird in der Regel ausgeblendet. Diesem Manko steht jedoch eine Veranschaulichung und Verlebendigung der politischen Welt gegenüber“ (Götz, 2015: S. 109 nach Dörner; Vogt, 2004: S. 41).

Im Angesicht von Priors (2005) „Switchern“ und Haschkes (2016) misstrauischen und enttäuschten Zynikern liegt die Frage nach etwaigen Lösungsansätze nicht fern. In ihrem Text „Der Gegensatz von Information ist Desinformation, der Gegensatz von Unterhaltung ist Langeweile“ beschreibt Elisabeth Klaus (2008) ihre Meinung zur Trennung, beziehungsweise dem Dualismus von Information und Unterhaltung in den Massenmedien. Klaus (2008) Meinung nach „spiegelt [er] sich in der Gegenüberstellung von informationsorientierten versus unterhaltungsorientierten Journalismuskonzepten, in der Trennung von Unterhaltungs- und Informationsprogrammen, schließlich auch in der Scheidung in ein informations- und ein unterhaltungssuchendes Publikum“, müssten jedoch vielmehr als zwei „zusammengehörige Elemente im Journalismus“ gesehen werden. (Klaus, 2008: S. 51) Information gilt nach Bausinger nicht nur seit „der Aufklärung als Grundbedingung demokratischer gesellschaftlicher Teilhabe“ und „Bürgerpflicht“ (ebd., 2008: S. 51f), sondern ist auch ein Grundstein der journalistischen Tätigkeit. Mit nicht-fiktiven Fakten, Tatsachen und Abbildungen von Ereignissen des Weltgeschehens sollen die Rezipienten informiert und aufmerksam gemacht werden. Unterhaltung wurde im Gegensatz dazu seit jeher als Stiefkind betrachtet. Anfang des 19. Jahrhunderts „bescheinigte das Börsenblatt des deutschen Buchhandels 1834 der Unterhaltungsliteratur [...] ‚Seichtigkeit, Oberflächlichkeit, Sinnentaumel‘ “ (ebd., 2008: S. 51) und „Mitte der 80er Jahre prognostizierte der amerikanische Medienwissenschaftler Neil Postman düster: „Wir amüsieren uns zu Tode“ (1985).“ (ebd., 2008: S. 53) Auch heute noch gelten herkömmliche Nachrichtensendungen oder Zeitungen als angebrachte Informationsquelle, deren Rezeption eine Art gesellschaftlichen Zwang, beziehungsweise eine gesellschaftliche Erwünschtheit darstellt. Unterhaltungsprogramme dagegen werden als nicht besonders wertvoll angesehen. Tatsächlich können jedoch

Rezipienten sowohl aus Unterhaltungsprogrammen oder -texten ebenso relevante Informationen extrahieren, wie Informationssendungen oder -texte der Unterhaltung dienen können. (vgl. ebd.) „Rezeption ist keine wie auch immer geartete Reaktion auf einen Medientext, keine Anpassungsleistung, keine Informationsverarbeitung, sondern Sinn produzierende, Bedeutung hervorbringende Tätigkeit. Medienangebote, so hat es Siegfried Schmidt (1991) aus der Perspektive des Konstruktivismus formuliert, enthalten keine Informationen, sondern eröffnen subjektabhängige Möglichkeiten, Informationen zu produzieren. Dem ist hinzuzufügen: Nur in dem Maße, in dem die Medienangebote unterhalten und zu Unterhaltungen anregen, also Kommunikationsanstöße geben, sind sie als Stoff für die Informationserzeugung, für die soziale Auseinandersetzung des Menschen mit seiner Umwelt, geeignet.“ (ebd., 2008: S. 61)

Besonders bei der klassischen Nachrichtenberichterstattung geht das Aufkommen von Formen, die ein Verfließen der Grenzen zwischen Unterhaltung und Information, einen Dualismus beider Elemente möglich machen langsamer voran, da die Bevölkerung, wie laut Haschke (2016) auch den Informationsmedien und ihren „Produzenten“, Neuartigem wie dem Infotainment zu aller erst skeptisch gegenübersteht bis sich ihr Nutzen und Sinn bewähren konnten. Trotzdem kann sich durch dieses Konzept von einer klaren Trennung jener Elemente distanziert werden. Klaus (2008) stellte zudem fest, dass

„trotz des Fortbestehens gegensätzlicher Produktionslabel gehört die gegenseitige Durchdringung ja auch längst zum Alltag, bilden sich immer neue Mischformen „nichtfiktionaler Unterhaltung“ und „fiktionaler Information“ heraus. [...] Der Journalismus und die Massenmedien müssen immer auf ein Ganzes zielen: Das bedeutet, Information und Unterhaltung müssen als zwei verbundene Elemente auf allen Ebenen des journalistischen Handlungszusammenhangs zusammengedacht werden, um eine folgenreiche Massenmedienkommunikation zu ermöglichen, die zugleich Verstand und Gefühl, Emotion und Intelligenz, Spiel und Ernst, Erfahrung und Abstraktion, Nähe und Distanz, Phantasie und Wirklichkeit anregt (vgl. dazu Bosshart 1994: 40).“ (ebd., 2008: S. 61f)

Als ein derartiges „hybrides Genre“ (Götz, 2015: S. 115) kann die Satire gesehen werden. „Fiktionale und nichtfiktionalen Programme speisen sich aus verschiedenen Quellen und haben einen anderen Bezugspunkt“, meint Klaus (2008). Mit fiktionalen Programmen sind Unterhaltungsprogramme gemeint, Satire hingegen ist beides, Information und Unterhaltung und wird teilweise auch von beiden Seiten gespeist, Fiktion und Realität, die sich „symbiotisch ergänzen und beeinflussen“ (Götz, 2015: S. 115). Trotzdem liegen ihr in erster Linie dieselben Quellen, wie herkömmlichen Nachrichten-

tenformaten oder die Nachrichtenformate selbst zu Grunde. Unterschiede gibt es hier jedoch nicht nur zwischen verschiedenen Satiresendungen oder -formaten, sondern auch zwischen Ländern. Amerikanische Satiresendungen und der Rechercheaufwand der hinter Shows wie *Last Week Tonight* with John Oliver oder *The Colbert Report* steht, ist nicht zwangsläufig vergleichbar mit jenem beispielsweise deutscher oder österreichischer Shows.

„[It's] like alchemy. That's the ingredients with which we make this show. ... At its best, you're taking depth of research and then writers who can find a way to articulate that immensely complicated information in a funny, palatable way. [...] We rigorously fact-check absolutely every single thing in the show. Not just the things that you see over my shoulder, not just any statistic that you see in a clip on screen, but, you know, we independently fact-check everything that appears as a fact. [...] If you're talking about important things that's the very baseline of what you should be doing. ... Any joke is worthless if it's built upon a lie.“ (Folkenflik nach Oliver, 2017),

meinte der Satiriker John Oliver in einem Interview mit der amerikanischen Hörfunksender-Vereinigung NPR. „Das versuchen deutsche Formate zwar auch, aber mit wechselndem Erfolg.“ (Lüber nach Porzelt, 2016) kritisiert der Medienwissenschaftler Benedikt Porzelt deutsche Satire. Natürlich ist es nicht nur in amerikanischer Satire von Relevanz, recherchierte und überprüfte Fakten zu nennen. Die Art und Weise diese zu präsentieren, ohne sie dabei zu Gunsten von Unterhaltungszwecken zu verändern, haben sie Shows wie der *heute-show* oder *zdf neo magazin royal* allerdings voraus. (vgl. ebd., 2016) Auch Strasser und Graf (2002) nehmen sich des Themas deutscher Satiresendungen an, aufbauend auf der *Harald Schmidt Show*, der sie die Fragen „ist der Humor von Schmidt & Co tatsächlich das, was Tucholsky mit Satire gemeint hat?“ (Strasser; Graf, 2002) entgegenstellen. Sie betiteln ihn einerseits als „Auffallen durch Geschmack- und Schamlosigkeit“ (ebd.) und zweifeln ob nicht die konventionelle Gesellschaftskritik einem „kommerziell kalkulierten Tabubruch“ (ebd.) und „treffende Ironie einem sinnfreien Lachen“ (ebd.) gewichen sind. Diese Beschreibungen sind durchaus für diverse Satireformate, jedoch bei weitem nicht für alle, treffend.

„Politik im Unterhaltungsformat stellt immer eine personalisierte und auf einfache Grundkonstellationen reduzierte Wirklichkeit dar. Einfache Erzählungen, Anekdoten und pointiert zugespitzte Aussagen bilden den Normalmodus der unterhaltenden Politik. In dieser Reduktion liegen zweifellos Verzerrungen und Verkürzungen dessen, was die Komplexität der Politik in der außermedialen Realität ausmacht. All das, was sich dem Format unterhaltender Politikrepräsentation nicht fügt, wird in der Regel ausgeblendet. Diesem Manko steht jedoch eine Ver-

anschaulichung und Verlebendigung der politischen Welt gegenüber.“ (Dörner; Vogt 2004, S. 41)

Diese Aussage kann für alle gesellschaftsrelevanten Themen getätigt werden. Dem Politainment sowie dem Infotainment können somit eine Reduktion der Komplexität politischer, gesellschaftlicher, ökonomischer, etc. Themen - kurz der erlebten Welt - zugeschrieben werden. Die vereinfachte, verkürzte und pointierte Darstellung selbiger in Unterhaltungsformaten ist jedoch ebenso im Medienwandel herkömmlicher Nachrichten-Formate zu beobachten. Eine zunehmende - wie der amerikanische Soziologe Georg Ritzer dieses Phänomen bezeichnet - „McDonaldisierung der Gesellschaft“ (Strasser; Graf, 2002 nach Ritzer, 1995) hinterlässt auch hier Spuren. „Die Menschen erwarten (. . .) das gleiche wie von ihren Fast-Food-Restaurants - Geschwindigkeit und Menge.“ (ebd. 2002) Jede öffentliche Kommunikation muss so vor dem Konzept des Konstruktivismus und der sich verändernden Erwartungshaltungen der Rezipienten als verkürzte und unvollständige Form der Gesamtinformation in der medienvermittelten Erlebnisgesellschaft angesehen werden. Der amerikanische Medienkritiker Neil Postman stellte dazu fest:

„Je mehr das Publikum schnelle, visuell aufregende Programme erwartet, umso langweiliger wird es problemorientierte Programme über öffentliche Angelegenheiten und Nachrichten finden. (sic!) [...] Infolgedessen wird die Fähigkeit der Öffentlichkeit nachlassen, Vorgänge und Probleme zu verstehen und ernsthaft zu diskutieren.“ (ebd. nach Postman, 1990)

Auch Satire muss vor dem gleichen Hintergrund betrachtet werden. Ihre Fähigkeit die Komplexität verschiedener Themen zu reduzieren ist meist durch den Vorbehalt eines notwendigen Vorwissens eingeschränkt. Satiriker wie Schmidt greifen jedoch „Angst- und Tabuthemen auf und [zeigen] uns deren logische, im Alltag unaussprechliche[n], aber potentiell schockierenden Zusammenhänge.“ (ebd. 2002) Wie nicht erst seit Luhmann bekannt ist:

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

Satire sucht nicht nur dieses Wissen zu hinterfragen und zu kritisieren, sondern auch zu verbreitern, zu vertiefen und verständlicher zu machen.

Amerikanische Satiresendungen erhalten in ihrem Land einen unweit anderen, jedoch adaptierten Status, als dies hierzulande, beziehungsweise in europäischen Ländern größtenteils der Fall ist. Populistische, konservative Sender wie etwa FOX News, die polarisierende Nachrichten verbreiten

und regime- oder landesfeindliche Meldungen den Gatekeeper nicht passieren lassen, drängen kritisch oder progressiv Denkende hin zu alternativen Informationsquellen. „Kritik an politischem Bewusstsein ist hier Kritik an den Medien.“ (taz.de, 2015) Da etwa österreichische oder deutsche Medien weniger populistisch agieren und auch systemkritische Informationen publizieren, war die Notwendigkeit für Satire hierzulande bislang noch nicht so drückend. Die bereits erwähnte Skepsis gegenüber den Medien steigt an dieser Stelle jedoch ebenso zusehends und so fällt das Auge der Rezipienten immer stärker und gezielter auf Satireformate.

8.4. Zur Person des Satirikers

Um Satire, ihren Zweck und ihre Intentionen besser verstehen zu können, ist es unabdingbar, sich im Zusammenhang mit der Beschäftigung mit den Forschungsfragen, ebenso ihren Schöpfern zu widmen um zu verstehen, ob und was sie von Journalisten unterscheidet. Der deutsche Schriftsteller und Publizist Erich Kästner beschrieb Satiriker in einer unkonventionellen und für ihn charakteristischen Form, die jedoch auch heutzutage nicht treffender sein könnte:

„Dem Satiriker ist es verhasst, erwachsenen Menschen Zucker in die Augen und auf die Windeln zu streuen. Dann schon lieber Pfeffer! Es ist ihm ein Herzensbedürfnis, an den Fehlern, Schwächen und Lastern der Menschen und ihren eingetragenen Vereinen - also der Gesellschaft, dem Staat, den Parteien, der Kirche, den Armeen, den Berufsverbänden, den Fußballklubs und so weiter - Kritik zu üben. Ihn plagt die Leidenschaft, wenn irgend möglich das Falsche beim richtigen Namen zu nennen. Seine Methode lautet: übertriebenen Darstellung mit mehr oder weniger künstlerischen Mitteln zu einem mehr oder weniger außerkünstlerischen Zweck. [...] Er stellt die Dummheit, die Bosheit, die Trägheit und verwandte Eigenschaften an den Pranger. Er hält den Menschen einen Spiegel, meist einen Zerrspiegel vor, um sie durch Anschauung zur Einsicht zu bringen.“ (Kästner, 1948)

Andreas Wiemers, der seit 16 Jahren beim deutschen Fernsehsender ZDF als Satireautor beschäftigt ist und zudem an dessen Medienakademie als Satire-Trainer arbeitete (vgl. xing.at, 2017), meinte in einem Text in der Zeitschrift *journalist* (2007): „Für viele ist das, was wir machen, eine Wunderwissenschaft, etwas Mysteriöses - völlig zu unrecht, Satire kann man üben.“ (Rieg, 2007: S. 3) Das Angebot an Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten in dieser Sparte ist allerdings sehr begrenzt - mit ein Grund, warum viele Satiriker nicht aus dem Metier des Journalismus, sondern etwa des Schauspiels kommen. „Ein guter Satiriker macht eben noch keinen guten Satire-Journalismus. Dafür ist

zunächst mal das ganz gewöhnliche journalistische Know-how gefordert. [...] Sicherlich lebt ihr künstlerischer Aspekt von der zündenden Idee, der klugen Ausgangsfrage, einer talentierten Inszenierung, doch das meiste ist Handwerk.“ (ebd., 2007: S. 3), schreibt der Text-Autor Timo Rieg, Chefredakteur der Satire-Zeitung *Helgoländer Vorbote*, über das Verfassen von Satire. Diese angesprochenen journalistischen Grundkenntnisse lassen sich jedoch ebenso erwerben, wie Satire erlernbar ist - wie viel sich jedoch von jenen künstlerischen Aspekten angeeignet werden kann, ohne von vornherein ein Gespür dafür zu haben, ist fraglich. Wie es für Satiriker notwendig ist, gewisse Kenntnisse im Bereich des Journalismus zu besitzen, ist es gleichermaßen von Vorteil, als Journalist eines „herkömmlichen“ Nachrichtenformats ein Verständnis für satirische Meldungen zu besitzen, um gewisse Themen, deren Kern nicht zwingend ernst behandelt werden muss, aufzulockern. (vgl. ebd., 2007: S. 3) Eine ausgewogene Verflechtung jener zwei Bereiche sollte somit für beide Seiten von Interesse sein.

Der „Job“ eines Satirikers selber, ist es jedoch, ein Aussenseiter zu bleiben, meint der Satiriker John Oliver in einem Interview mit NPR zu seinem Schaffen.

„As a comedian you should not be in rooms where the people you're making fun of also are, because you'll realize, at the end of the day, they're just people. You can't risk having that kind of compassion infect your mission to attack. [...] A comedian is supposed to be an outsider. He's supposed to be outside looking in. I don't want to be at parties in D.C. with politicians. Comedians shouldn't be there. If you feel comfortable in a room like that, there's a big problem. That's what is so concerning when you see journalists so comfortable around politicians — that's a red flag.“ (npr.org nach Oliver, 2014)

Nicht nur Politiker agieren populistisch in ihrer Umwelt. Populismus im Journalismus ist bedauerlicherweise ebenso nicht unüblich. So wie Oliver Fehler in der Berichterstattung mancher Journalisten erklärt, lässt sich auch teilweise bis zu einem gewissen Grad Populismus in den Medien erläutern. Oliver sieht eines der größten Probleme im Rückgang der Erlöse aus Werbeeinschaltungen und als Ursache dafür stellt er alle Rezipienten an den Pranger.

„A big part of the blame for this industry's dire straits is on us and our unwillingness to pay for the work journalists produce. [...] We've just grown accustomed to getting our news for free and the longer that we get something for free, the less willing we are to pay for it.“ (The Guardian nach Oliver, 2016)

Das Resultat dieser Rückgänge ist jedoch, dass etwa Zeitungen, auf andere Arten Geld einnehmen müssen, um zu überleben. Adaptiert man Darwins Theorie des „Survival of the Fittest“ können somit nur jene Medien in ihrer Existenz bestehen bleiben, die am besten an die sich verändernden Umstände angepasst sind und somit in der Tendenz schwarze Zahlen schreiben. Das bedeutet jedoch für manche Journalisten, die Akquisition von monetären Zuschüssen auch auf, zumindest teilweise, unliebsame Weise vorantreiben zu müssen. Der Ausgang davon ist eine Abwärtsspirale, aus der ein Entkommen nur sehr schwer ist: Populistische Medien beziehungsweise Journalisten rufen eine Skepsis bei den Rezipienten hervor, die dazu führt, dass noch weniger Rezipienten gewillt sind Geld für derartige Nachrichten auszugeben und sich stattdessen lieber alternativen Medienformaten wie zum Beispiel Satire zuwenden, die durch diese Entwicklung eindeutig an Macht und Einfluss gewinnt.

„Der Satiriker ist ein gekränkter Idealist: er will die Welt gut haben, sie ist schlecht, und nun rennt er gegen das Schlechte an. Die Satire eines charaktervollen Künstlers, der um des Guten willen kämpft, verdient also nicht diese bürgerliche Nichtachtung und das empörte Fauchen, mit dem hierzulande diese Kunst abgetan wird.“ (Tucholsky, 1919),

formuliert Tucholsky und er hat in gewisser Weise recht damit. Bereits die Satiriker der Frühzeit versuchten durch ihre harschen Worte mehr Gerechtigkeit zu erwirken und die Welt „gut zu machen“ und auch heute ist dies eine wichtige Triebkraft hinter Satire. "Wer gibt den Satirikern das Recht zu wettern? Die herrschende Rechtlosigkeit.“, wird dem polnischen Lyriker und Aphoristiker Stanisław Jerzy Lec das Zitat zugeschrieben. (quotez.net, 2017) Nicht alle Satiriker verfolgen heutzutage ihre Ziele mit solch niveauvoller Sprache und Zurückhaltung, wie es ein Kurt Tucholsky seiner Zeit tat. Dies ist jedoch nicht per se als schlecht abzustempeln. Als „Meister der Provokation mit dem Ziel der Selbstdarstellung“ (Klebe, 2017) bezeichnet die Online-Zeitung welt.de den deutschen Satiriker Jan Böhmermann, der März 2016 für Aufregung und seine persönliche strafrechtlich Verfolgung sorgte, als er in seiner Satiresendung *Neo Magazin Royale* im Sender ZDF neo, dem türkischen Präsidenten Recep Tayyip Erdoğan in seinem Gedicht „Schmähkritik“ „verschiedenste gewalttätige und sexuelle Praktiken zuschrieb.“ (Neuhaus, 2016)

Die Veränderungen in der Gesellschaft stellen neue Möglichkeiten der Informationsverbreitung - an erster Stelle interaktive Soziale Medien, dar, die einen erheblichen Unterschied zur ursprünglichen „one-way satirical presentation“ (Crittenden; Hopkins; Simmons, 2011: S. 178) darstellen - und die Skepsis gegenüber herkömmlichen Nachrichtenformaten den Satirikern eine neue Macht bzw. einen starken Einfluss der sowohl im positiven als auch im negativen Sinne Auswirkungen auf die Mei-

nungsbildung seiner Rezipienten haben kann. Aber auch Satire als Medium der Beeinflussung und ihre Schöpfer müssen mit dem Wandel der Zeit gehen und sich an die Veränderungen im Rezeptionsverhalten der Bevölkerung und neue digitale Formate der Informationsübermittlung des 21. Jahrhunderts anpassen um ihren Status zu behalten und mit nicht professionellen Hobby-Satirikern konkurrieren zu können. Denn mit den technischen Neuerungen hat sich auch die Lage für Satiriker geändert. Waren sie früher professionelle Angestellte der Medienbranche die ihre Informationen aus erster Hand erhielten, hat nun durch Soziale Medien jeder die Möglichkeit seine Gedanken mit einem großen Publikum zu teilen und sich in der Kunst der Satire zu versuchen.

„[...] it is a problem ‘that everyone is a satirist these days’ (Bremmer et al., 2010). Supporting this contention is Coe, who contends that whereas satire back in the 1960s was ‘a genuinely galvanizing movement, sweeping aside centuries of conservatism and deference,’ it ‘has now become a sort of toothless default setting’ (Bremmer et al., 2010). In today’s connected world, not only do professionals and non-professionals compete for attention, they also compete to drive opinion.“ (Crittenden; Hopkins; Simmons, 2011: S. 177)

Die Gefahr besteht, dass die Bevölkerung aufgrund der Informationsflut, die sie über sämtliche Kanäle on- und offline überschwemmt, fiktive Satire und faktische Information nicht mehr auseinanderhalten kann und „parody as information and information as parody.“ (Quart, 2009: S. 12) gesehen wird. Zudem ist die Dekonstruktion erkannter Satire durch die technischen Neuerungen wesentlich einfacher geworden. Der Rezipient muss diese nicht mehr selber durchführen um den Inhalt der Satire zu verstehen, sondern kann die grundlegende Bedeutung via Suchbegriffe über eine bereits im Internet veröffentlichte Dekonstruktion herausfinden, die jedoch demnach auch nicht mehr die persönliche Meinung beziehungsweise Interpretation darstellt. Die humoristische Art die Geschehnisse der Welt aufzuarbeiten gewinnt durch den derzeitigen Überfluss an schlechten Nachrichten jedoch weiterhin an Bedeutung. Was wir lustig finden und wo wir dieses Bedürfnis nach Welt-/Wirklichkeitsflucht und Humor befriedigen können hat sich in den vergangenen Jahren aber zusehends verändert. (ebd. nach Robbins, 2008) Satiriker werden somit sukzessive zu immer stärkeren Meinungsführern der Gesellschaft.

„The combination of social media and satire has not only changed the nature of critical inquiry and discourse but also redefines the concept of satirists as opinion leaders.“ (Crittenden, Hopkins, Simmons, 2011: S. 174)

Nach der Studie von Crittenden, Hopkins und Simmons (2011) in Bezug auf Satire, Social Media und dem „Auseinanderbauen von Nachrichten“ durch die Rezipienten ergaben sich vier Typen an Meinungsführern „in the world of new media satire“ (ebd.), die durch ihre Professionalität und ihren Fokus charakterisiert werden:

1. Der „*traditionalist*“ (ebd.) ist professioneller Satiriker und legt seinen Fokus auf die Botschaft, ganz gleich um welche Form der Satire es sich handelt. Er ist auf die Fähigkeit der Empfänger angewiesen, die eingebettete Nachricht aus eigener Kraft zu dechiffrieren, um die ihr zugrunde liegenden Eigenschaften zu erfassen. Obwohl er sehr gute Kenntnisse darin hat Geschichten in humorvolle Satire zu verpacken, fehlen ihm die notwendigen Fähigkeiten für die neuen Verbreitungskanäle, um das passende Publikum damit zu erreichen. (vgl. ebd.)
2. Der „*creator*“ (ebd.) ist ebenfalls professionell in diesem Metier unterwegs. Wie beim „*traditionalist*“ liegt seiner Satire eine Botschaft zugrunde, die es zu dekonstruieren gilt. Jene beiden Typen unterscheiden sich jedoch in der Tatsache, dass der „*creator*“ bereits die nötigen Fähigkeiten erworben hat, um seine Satire über Social Media Technologien zu verbreiten und so Millionen potentielle Nachrichtenempfänger zu erreichen. (vgl. ebd.)
3. Der „*rookie*“ (ebd.) ist ein nicht-professioneller Satire-Liebhaber, der sich selber in dieser Kunst versuchen will. Trotz seiner Bemühungen verfehlt seine Satire meist ihren Sinn und stellt sich auch nach der Dekonstruktion als schlichter Humor ohne der, für Satire essentiellen, zugrunde liegenden Botschaft oder tieferer Bedeutung heraus. (vgl. ebd.)
4. Der „*technologist*“ (ebd.) ist ebenso ein nicht-professioneller Satiriker, dessen Fokus auf dem Verbreitungsmedium und seinen technologischen Fähigkeiten liegt, mit Hilfe derer er Unterhaltung kreiert und über Soziale Medien verbreitet. Auch durch sein technologisches Verständnis schafft er es jedoch nicht, den Mangel an satirischem Können, wie künstlerischem Sprachgebrauch und Diskursbearbeitung, zu kompensieren. Durch sein technologisches Verständnis der Informationsverbreitung hat er allerdings dennoch besorgniserregend gute Chancen ein wichtiger Meinungsführer zu werden. (vgl. ebd.)

„Given that almost anyone can now create and dispense political satire, with quite possibly four types of opinion leaders evolving over time, the concern arises on whether or not satire will lose its status as a highly influential form of political discourse.“ (ebd., 2011: S. 178)

Die Macht der Beeinflussung verschiebt sich zusehends hin zu Jenen, die ein Verständnis für soziale Medien und ähnliche technologische Verbreitungskanäle haben. Professionelle Satiriker, die damit nicht vertraut sind, müssen sich an die Veränderungen anpassen, um nicht auf der Strecke zu bleiben. Die Machtverschiebung kann per se nicht nur als negativ angesehen werden, wie dies in der Studie von Crittenden, Hopkins und Simmons herauszulesen ist. Nicht-professionelle Hobby-Satiriker, die zwar ein technologisches, jedoch nicht ausreichend politisches und gesellschaftliches Verständnis haben, um ernstzunehmende konstruktive Kritik zu üben - so befürchten die Autoren - werden im Laufe der Zeit zu den vorrangigen Meinungsführern werden. (vgl. ebd., 2011: S. 179) Tatsache ist jedoch, dass auch nicht-professionelle Satiriker aus der Bevölkerung ein vergleichbares Wissen in dieser Hinsicht haben können und Soziale Medien ihnen so die Möglichkeit geben, ihre Meinung kundzutun und eventuell auch Alternativen aufzuzeigen, die mehr den Gedanken der restlichen Bevölkerung entsprechen.

9. Chancen und Grenzen der Satire

Durch satirische Medieninhalte und ihre unterhaltende, aufgelockerte Form der Informationsübermittlung ergeben sich viele Chancen für die politische Öffentlichkeit und der politischen Öffentlichkeit gegenüber. Der Medienwissenschaftler Benedikt Porzelt (2016) sieht sie unter anderem in der produktiven gegenseitigen Ergänzung von Satire und Journalismus:

„Politische Satire im Stil der Heute-Show ist unbedingt auf professionellen, investigativen Journalismus angewiesen. Ohne die Arbeit klassischer Nachrichten-Formate, das betonen auch die Verantwortlichen aller Satire-Sendungen immer wieder, würde ihre Arbeit nicht funktionieren. Gleichzeitig bietet Satire die Möglichkeit, Metakritik an der Berichterstattung der Medien zu üben. Das ist in einer Zeit, in der die klassischen News-Formate zunehmend in der Kritik stehen, extrem wichtig für den öffentlichen Diskurs.“ (Lüder nach Porzelt, 2016)

Satire-Formate greifen journalistische Berichte auf und vervollständigen die Berichterstattung herkömmlicher Medien, indem sie Aspekte eines bestimmten Themas, die bei der vorangegangenen Berichterstattung selektiert wurden, in den Fokus rücken. (vgl. Porzelt, 2016) So können sie „gerade bei sensiblen Themen ein besonderes Aufklärungspotenzial entwickeln, da sie sich spielerisch gegen die herrschende Meinung wenden.“ (ebd.) Ebenso infolge des „Glaubwürdigkeitsverlust[s] der Medien“ (ebd.), profitieren sie durch den kritischen Blick auf die Medien. Porzelt beschreibt sie hierdurch als „Gegenentwurf zum vermeintlichen Mainstream“ (ebd.). Infolge unter anderem der

Verbreitung über neue Medien „funktioniert“ Satire besonders für eine jüngere, technikaffinere Zielgruppe gut und so profitieren auch herkömmliche Medien. Informieren sich Rezipienten nämlich über klassische Nachrichten, um den satirisch präsentierten Inhalten folgen zu können, gewinnt auch der Journalismus an Aufmerksamkeit und Reichweite. Das Nebeneinander von Satire und Journalismus kann somit durchaus als symbiotische Existenz angesehen werden. (vgl. Lüber nach Porzelt, 2016)

Bezugnehmend auf Priors (2005) oben genannte „Switcher“, bietet Satire hinzukommend die Möglichkeit mit den aufbereiteten Inhalten eine „unterhaltungsorientierte Zielgruppe“ (Porzelt, 2016), oder wie Prior sie charakterisiert: jene Rezipienten, die eine höhere „Relative Entertainment Preference“ (REP) vorweisen; anzusprechen, „wieder mit politischen Inhalten zu erreichen und Interesse daran zu wecken“ (ebd.). Dies erfordert eine notwendige „Balance zwischen Unterhaltung und Information“, wodurch auch die zu hinterfragenden Tiefen diverser Themen behandelt werden können, ohne dabei seine Rezipienten zu langweilen.

„Baum (2002, 2003a, 2003b) argued that casting content as entertainment that evokes laughter reduces the costs of consuming political information for those less motivated to seek out traditional news. Additionally, priming high-cost information in a comedic framework can lead to the enhanced attention of related information in other media (Baum, 2003b). In other words, political comedy can act as a “gateway” to additional news use.“ (Hardy; Gottfried; Winneg; Jamieson, 2014: S. 331)

Hieraus resultiert für Porzelt die aktuelle Popularität der Satire. Durch das Auflösen der „klassischen Genregrenzen, zum Beispiel durch Kombination von Kabarett- und Comedyelementen“ und „sowohl einfach zu verstehende[n] Scherze[n] als auch kritische[n] Kommentare[n] zu gesellschaftlichen Themen“ (Porzelt, 2016) spricht Satire eine große Öffentlichkeit an.

„Die klare Positionierung von Satire kann zudem für Zuschauer als Ventil funktionieren, da bestehende Enttäuschung - gegenüber der Politik - verbal artikuliert wird. So hat die Satire durch den Schutz der Kunstfreiheit mehr Freiheiten, woraus teils sehr harsche Aussagen resultieren.“ (ebd., 2016)

Auch die bereits erwähnte Reduktion der Komplexität der medial übermittelten Sachverhalte und der Geschehnisse aus allen Bereichen des Alltags, erleichtern den Rezipienten die Orientierung und das Verstehen, und fördern potentiell ein weiteres Auseinandersetzen mit jenen Informationen und regen im Idealfall Diskussionen an. „Dabei kommt es aber stark auf den tatsächlichen Ansatz der

Formate an: wenn ein Thema nur kurz angerissen wird, um eine Pointe zu platzieren, bleibt ein wirklicher Erkenntnisgewinn aus.“ (ebd.) Überdies beleuchten satirische Formate nicht nur Themen der Berichterstattung und des Weltgeschehens, sondern auch die Medien selber kritisch. (vgl. ebd.) „Je stärker somit Themen von journalistischer Seite nicht angemessen besprochen oder diskutiert werden, desto mehr Angriffsfläche bietet dies für satirische Kritik.“ (ebd.) Wichtig ist hier jedoch zu berücksichtigen, dass nicht alle Satire-Formate in gleicher Weise und gleichem Ausmaß diese Funktionen erfüllen und nicht alle Rezipienten gleich empfänglich für Satire sind.

Besonders in den USA sind Satire-Shows, wie bereits im Unterkapitel „Satire in Film und Fernsehen“ erwähnt, durch populistische Medien zu „oppositional news“ geworden und dienen Studien zufolge als wichtige Informationsquelle.

„Baum (2003, 2005) argues that soft news can “piggyback” political information on top of entertainment programming and benefit citizens by providing political information to those viewers who are least engaged in politics. For these viewers, exposure to soft news will likely increase attentiveness to certain issues (such as foreign crises), contributing to an equalizing effect over time in which political engagement is no longer as strongly correlated with attentiveness to high-profile political stories.“ (Young; Tisiniger, 2006: S. 115f nach Baum, 2003; 2005)

Allerdings ist auch hier zu berücksichtigen, dass ohne gewisse Vorabinformationen über herkömmliche Nachrichtenformate der faktische Informationsgewinn aus Satireformaten schwierig ist. Jon Stewart, Moderator der bekannten *The Daily Show*, der sich von Satire und „fake news“ zu „the nation’s most bracing cultural, political and media critics“ gewandelt hat, verdeutlicht seine Meinung: „The truth is I know [most kids] are not [getting their news from us] because you can’t—because we just don’t do it. There’s not enough news to get. . . . If [kids] came to our show without knowledge, it wouldn’t make any sense to them.“ (ebd.: S. 115 nach Stewart) In gewisser Weise hat er mit diesem Argument auch recht. Obwohl Daten der von Pew Research durchgeführten Erhebungen zeigen, dass vor allem Junge angeben Informationen zu Wahlkampagnen weniger von „network news“, jedoch mehr von Comedy Shows als in der Vergangenheit zu erhalten, ist aus ihnen nicht zwingend ersichtlich, „that individual young people are tuning out news and tuning in late-night programs instead. With regard to late-night comedy specifically, we suspect that viewing serves as a gateway to increased news consumption, much as Baum (2005) suggests. But we also hypothesize that some news awareness is necessary to appreciate the jokes in late-night comedy monologues.

Therefore, there ought to be a positive association between consumption of late-night comedy programming and consumption of traditional news.“ (ebd.: S. 116f)

Das Fazit, das Young und Tilsinger (2006) aus ihrer Studie ziehen ist ebenso jenes, dass eine positive Korrelation zwischen dem Rezipieren von Late-Night-Shows und beinahe allen Formen traditioneller Nachrichtenformate besteht. Sie unterstützen die Annahme Baums, dass Satire als „Gateway“ dienen kann, deren Rezipienten sich jedoch nicht ausschließlich darauf zur Informationsgewinnung verlassen.

„What we may be witnessing is evidence for a trend that Delli Carpini and Williams (2004) described in which individuals use diverse forms of content to create political understanding, regardless of whether that content is on the NBC Nightly News or a late-night comedy program. And while some news producers may be uncomfortable with the notion that shows like The Daily Show might play an important role, perhaps their growing relevance speaks to a larger trend in information environment. The Daily Show is a form of political discourse that contrasts what “is” and what “ought to be” (Bergson 1956: 27). It “weeps, scolds, and ridicules, generally with one major end in view: to plead with man for a return to his moral senses” (Bloom and Bloom 1979: 38). Perhaps this “weeping, scolding, and ridiculing” is filling a void that news alone simply cannot—and this is where we political communication scholars ought to turn our attention next.“ (ebd.: S. 130)

Nimmt man wie Hardy et al. (2014) an, dass das Publikum satirischer Inhalte, ein höheres Level an politischem Wissen hat und „soft news“, wie Baum (2003) sie bezeichnet, eine Quelle zufälliger, beiläufiger Information - “factual knowledge-enhancing effects associated with consuming soft news programming” (Hardy et. al., 2014: S. 331 nach Baum, 2003) - geworden sind, ist jedoch Fakt, dass, wie Feldman (2013) feststellte, ein Unterschied im Lernprozess besteht. Die Wirkung der politischen Satire hänge ihm zufolge davon ab, ob der Rezipient die Show als reine Unterhaltung oder eine Mischung aus Unterhaltung und Information wahrnimmt. Jene, die sie als Mischform betrachteten, konnten mehr aus den Inhalten lernen. In unterschiedlichen Studien, etwa von Ziv (1988) oder Kaplan und Pasco (1977), kamen Wissenschaftler zu dem Ergebnis, dass Humor lernen und das Behalten des Gelernten fördert. (vgl. Hardy et. al., 2014: S. 331f)

‘Because humor often involves the intersection of an established frame of reference with an incongruous, unexpected one, scholars have posited that comprehension and appreciation of humor fosters attention and recall by default’ (Young, 2013: S. 181).

Sternthal und Craig (1973) kamen ebenso zu dem Schluss, dass die Verwendung von Humor via Satire Einfluss auf die Einstellungen und Überzeugungen des Nachrichtenempfängers haben könne, fügten ihrem Ergebnis jedoch hinzu, dass die Beeinflussung nicht größer als jener ernster Nachrichten sei. Nichtsdestotrotz belegte Speck (1987) in seiner Studie zum Einfluss von Humor auf die Glaubwürdigkeit einer Quelle, dass Humor zwar nicht die Glaubwürdigkeit der „Belesenheit“ bzw. Kompetenz fördere, der „Sentimental humor“ - „a type of humor defined by Speck as a combination of two humor processes, arousal-safety and incongruity-resolution, in which the process of empathy-anxiety-relief occurs“ (Weinberger; Gulas, 1992: S. 42) - jedoch in positive Korrelation mit der Glaubwürdigkeit der „Zuverlässigkeit“ bzw. des Vertrauens stünde. Neben Specks „Sentimental humor“ wurden aus einer Fülle an Theorieansätzen zum Thema (politischem) Humor drei Hauptkategorien herausgearbeitet, die in gegenseitiger Ergänzung gedacht werden sollen. Dazu zählen die „Superiority-theories“, deren Konzept auf einer Über- und Unterlegenheit und dem damit verbundenen Lachen über Schwächere und vor allem „Feinde“ basiert. Dadurch werden zudem Gruppenmitglieder auf ein Fehlverhalten der herrschenden Norm gegenüber aufmerksam gemacht und bekommen die Möglichkeit sich wieder daran anzupassen. Weiters diesen Hauptkategorien angehörend existieren die „Relief-theories“, die darauf fokussieren, dass politischer Humor durch das Umgehen von gesellschaftlichen Konventionen eine Ventilfunktion innehat und Spannungsabbau betrieben wird. Im Zentrum der dritten Theorie, den Incongruity-theories, steht der Bruch der Erwartungshaltung indem „zwei nicht miteinander zu vereinbarende, also im Bewusstsein streng voneinander getrennte, Vorstellungsbereiche zusammengezwungen werden und es zu Bedeutungskollisionen kommt“ (Porzelt, 2015 nach Knop, 2007) und so ein Gefühl des Genusses bewirkt wird. (vgl. Porzelt, 2015)

Sternthal und Craig (1973) entdeckten überdies einen durch Humor verstärkten „Gefallen“ an der Quelle und Bryant and Zillmann (1989) stellten Humor als positiven Effekt auf die Effektivität eines Lehrkörpers - als der in diesem Fall der Satiriker angesehen werden kann - in Bezug auf die Einstellung der „Schüler“ ihm gegenüber fest. (vgl. ebd.)

Zudem kommt, dass Satire zum Verständnis den bereits erwähnten Dekodierungsprozess voraussetzt, der eine größere Aufmerksamkeit und ein höheres Engagement bedingt und somit zu einem intensiveren Lernprozess und damit auch zu einer stärkeren Beeinflussung führt. Zusammenfassend lässt sich hierzu also feststellen, dass wenn politische Informationen in einem humoristischen Kontext präsentiert werden, die Zuschauer aufmerksamer, motivierter und stärker mit dem Inhalt beschäftigt sind und somit mehr davon lernen als möglicherweise von anderen Informationsprogram-

men. (vgl. Hardy et. al., 2014: S. 332) In einer Studie des Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania wurde nachgewiesen dass Satire-Formate - hier im speziellen an „Stephen Colbert’s Civics Lesson“ zum Thema Super PACs des *Colbert Report* im Vergleich zu CNN, Fox News, MSNBC, broadcast nightly news, Radionachrichten und Zeitungen als Quelle politischer Information getestet - aufgrund der narrativen Struktur und dem Einsatz von Humor „not only increased people’s perceptions that they knew more about political financing, but significantly increased their actual knowledge, and did so at a greater rate than other news sources.“ (Rozansky, 2014)

Auch ganz im Gegensatz zu Stewarts eingangs erwähnter Meinung, zieht er eine Zuschauerschaft an, deren Ansicht nach Stewarts Übertreibungen mehr Wahrheiten als die konventionellen Nachrichtensendungen beinhalten. Der Langzeit-Nachrichtenreporter Jeff Greenfield meinte dazu:

„I spent three decades-plus doing network news but if you ask me today, what do I pay more attention to, John Oliver and Jon Stewart or the evening newscast, it’s not close. I get much more out of Oliver and Stewart when he’s cooking than I do out of those formulaic 22-minute newscasts. [...] There are a lot of journalists who watch Stewart and envy the freedom he has. You can’t go on television when you’re a journalist and say, ‘Senator X is a bald-faced liar.’“ (Koblin, 2015 nach Greenfield)

Vor allem im Präsidentschaftswahlkampf spielen Late-Night-Shows nachweislich eine große Rolle.

„In recent years, as broadcast-TV networks have reduced their coverage of politics, voters are getting more and more information about would be presidents from the perennially popular late-night talk shows. This means TV comics like Letterman, NBC’s Jay Leno, HBO’s Dennis Miller, and ABC’s Bill Maher have emerged as politically influential voices—particularly among independent-minded younger voters.“ (Young; Tisiniger, 2006: S. 114)

Politiker, wie beispielsweise Barack Obama, versuchen sich durch Auftritte in unkonventionellen Satire-Sendungen locker und aufgeschlossen zu präsentieren und so auch ein jüngeres Publikum zu erreichen. Auch in Deutschland, vor allem seit dem Wahljahr 2013, und Österreich werden solche Gastauftritte in Satire-Talks interessanter. Porzelt untersuchte dieses Phänomen in einem umfangreichen Forschungsprojekt und kam zu dem Schluss: „Das Besondere an solchen Situationen ist, dass Kommunikationsroutinen aufgebrochen werden. Und gerade Politikern wird häufig vorgeworfen, dass sie solchen Routinen verhaftet sind, dass sie nicht authentisch sind und sich hinter Floskeln verstecken. In einer Satire-Show haben sie die Chance, dieses Image zu durchbrechen und sich

als selbstironisch und unterhaltsam zu präsentieren.“ (Lüber nach Porzelt, 2016) Um solch eine Wirkung zu erzielen müssen Politiker jedoch auf diese „inhärente Polysemie und erweiterte Tabugrenzen“ (Porzelt, 2015) und den „schnelle[n] und fließende[n] Wechsel zwischen Scherz und Ernst“ (ebd.) schlagfertig reagieren ohne dabei unbedachte oder unangemessene Aussagen zu tätigen. Gelingt ihnen dies nicht, passiert es häufig, dass Politiker entgegen ihrer Intention zum Opfer von Spott und scharfer Kritik werden. (vgl. ebd.)

Natürlich entstehen aus den, nicht immer ausschließlich wahrheitsgetreuen Informationen und der unterschwelligen Kritik auch diverse Risiken für die Satire selbst und die Gesellschaft, wenn Satire nicht verstanden wird und vor allem Politiker Satire ernst nehmen.

Artikel diverser Satiremagazine wie etwa des deutschen *Postillon* oder der österreichischen *Tagespresse* „bewegen sich oft so nahe an der Realität, dass viele Leser die Absurdität nicht gleich erkennen – vor allem wenn die Schlagzeile in das eigene Weltbild passt“, betitelt FOCUS Online (2014). Gerade wer jedoch in der medialen Öffentlichkeit steht sollte allerdings über die Medienlandschaft des eigenen und gleichsprachiger Länder zumindest ansatzweise informiert sein, sonst reicht meist ein Blick ins Impressum um Gewissheit über den Ursprung eines Artikels zu erhalten. Trotzdem passiert es im In- und Ausland immer wieder, dass Rezipienten, darunter auch Politiker und andere Zeitungen, Satireartikel für tatsächliche, ernst gemeinte Meldungen halten. Bereits mehrmals fiel etwa der österreichische Rechtspopulist der FPÖ, Heinz Christian Strache auf derartige „fake news“ herein. Mit dem Titel „USA drohen EU mit Sanktionen, falls EU Sanktionen gegen Russland nicht verschärft“ veröffentlichte der *Postillon* einen Beitrag in dem davon berichtet wurde, dass „die Bundesregierung Sanktionen gegen 6300 deutsche Unternehmen plant, „sollten diese nicht damit aufhören, vor Sanktionen gegen Russland zu warnen.““ (ebd.) Strache sah sich offenbar in seiner US-Kritik bestätigt und teilte den Beitrag mit seiner mittlerweile über 600.000 Personen großen Fangemeinde auf Facebook mit dem Kommentar „Wer gießt hier Öl in das Feuer?“. (vgl. ebd.) Davor war er jedoch bereits auf einen satirischen Aprilscherz der sonst seriösen österreichischen *Presse* hereingefallen, die anlässlich des 1. Aprils einen Beitrag mit dem Titel "Der Panier droht ein EU-Verbot“ publizierte. Kommentiert wurde das vermeintliche Ende des Wiener Schnitzels von Strache unter anderem mit „Jetzt drehen sie völlig durch...“. (vgl. Standard, 2015) Ein ähnlicher Fauxpas passierte der britischen Tageszeitung *The Guardian*, die einen Artikel der Tagespresse, in dem Außenminister Kurz angeblich eine Löschanfrage aller Hinweise auf das „Geilomobil“ (VICE, 2017) bei Google eingereicht und mit „xxx hugs & kisses Outside minister Sebi“ (ebd.) unterschrieben hätte, als ernstzunehmende Meldung übernahm und zitierte. (vgl. ebd.) Mimikama, der Verein zur

Aufklärung von Internetmissbrauch, mit „der Aufgabe Falschmeldungen [zu] entlarven, verdrehte Inhalte [zu] entlarven und auf Nutzerprobleme [zu] reagieren“ (Mimikama, 2017), sieht derartige Fehlritte als besorgniserregend an und appelliert:

„Liebe Politiker, es geht hier nicht darum, dass jemand über euch lachen will. Im Gegenteil: es beängstigt ein wenig. Es beängstigt, wenn Personen, die eine gewisse Machtposition innehaben, unter Umständen Entscheidungen oder Meinungen auf der Basis von Satire schaffen.“ (Andre/ Mimikama, 2016)

Auch andere Gefahren bestehen jedoch durch Satire für die politische Öffentlichkeit. Viele Kritiker sehen die Wirkung der Satire in die entgegengesetzte Richtung laufen, nämlich in jene der „Festigung des politischen und gesellschaftlichen Status quo“ (Porzelt, 2015) Kate Kenny unterstützt Foucaults Ansicht, dass eine durch Satire erzeugte Illusion eines Wandels als Grund dafür gelten kann:

„One view holds that such critiques merely give the appearance of a “lessening of prohibitions” associated with a particular, oppressive form of power, where in fact, little has actually changed. Critique can, therefore, represent “a more devious and discreet form of power”, because it leads us to think that a challenge is in progress (Foucault 1990, 11).“ (Kenny, 2009: S. 26)

Porzelt, wie bereits in einem anderen Zusammenhang erwähnt, beschreibt diesbezüglich Satire als ein Ventil um Frust gegenüber der Gesellschaft und der Politik abzubauen. Diese Ventilfunktion kann per se jedoch nicht als positiv angesehen werden, denn wer daheim vor dem Fernseher seinen Ärger „weglacht“ (Porzelt, 2015), fühlt ein geringeres Bedürfnis danach auf die Straße zu gehen um gegen diese ärgerlichen und frustrierenden Missstände zu demonstrieren. (vgl. ebd.) Tsakona und Popa (2011) charakterisieren in diesem Kontext eine so genannte "inhärente Ambiguität des Humors“ (Tsakona; Popa, 2011). Politischer Humor muss Politik nicht zwangsläufig beeinflussen, denn anstatt den sozialen und politischen Wandel zu provozieren, vermittelt der politische Humor Kritik gegen den politischen Status quo und recycelt und verstärkt dominante Werte und Ansichten über die Politik. Radikale und neue Ideen finden daher kaum Unterstützung. Die vielfältigen gesellschaftspolitischen Bedingungen können ihrer Meinung nach zudem beeinflussen, wer an der Schaffung und Zirkulation des politischen Humors teilnehmen darf und wer sein Ziel ist. (vgl. Tsakona; Popa, 2011) Russel Peterson geht davon aus, dass zwischen allen Satiresendungen auch „pseudo-satire“ (Porzelt, 2015) existiert, deren Inhalte sich statt auf relevante politische und gesellschaftliche Themen auf unwichtige „falsche“ Details, wie etwa das Aussehen eines Politikers, fokussieren. Por-

zelt sieht die "Gefahr hierin [...] im Erzeugen eines zynischen Blicks gegenüber der Politik [...], welcher letztlich der bestehenden Politikverdrossenheit noch weiter Vorschub leistet." (Porzelt, 2015)

Allerdings beschreiben Tsakona und Popa (2013) die Macht der Satire, durch ihr kritisches und kreatives Potenzial den Status quo herauszufordern, als eine ihrer bedeutendsten Motive. Sie legen in ihrem Vorwort des *European Journal of Humour Research* „Confronting power with laughter“ die Meinung dar, dass Satire unter dieser Eigenschaft Teil einer fiktiven, nämlich einer diskursiv (semiotische) Darstellung einer möglichen, nicht-tatsächlichen (oder nicht-wirklichen) Welt werden kann, die fähig ist, [politisches] Handeln zu führen, da sie den Menschen Gründe für Aktionen liefert. Denn wenn die Satire, beziehungsweise der politische Humor nicht völlig ohne ernsthafte Botschaft und Kritik ist, könnte ihm mehr Bedeutung von Politikern und Bürgern beigemessen werden, die auf der Suche nach neuen Ideen und kreativen Lösungen für politische Probleme sind. Genauer gesagt, könnten es sich die Ideen, die sich über Humor in einer Vielzahl von Kontexten und Genres ausdrücken, lohnen als Denkanstoß berücksichtigt zu werden, um neue Lösungen für politische Probleme sowie Alternativen zu politischen Handlungen zu finden. (vgl. Tsakona; Popa, 2013) In diesem Sinne könnte Satire dazu animieren, die Welt aus einer anderen Perspektive zu sehen. Bezugnehmend auf diese Überlegungen zitieren sie Fairclough und Fairclough (2012: 235-236):

„In contemporary political theory, but also in Aristotle, politics is defined in terms of such concepts as deliberation, decision and action, and the context in which politics operates is said to be one of disagreement (including irreducible conflicts of values and interests), incomplete information and uncertainty as to what the right course of action might be (hence, risk), urgency, as well as other constraints. It is also a context in which the possibilities for democratic deliberation and political participation are often limited by people's unequal access to resources, by power inequalities and by the institutional complexity of modern societies.“ (Tsakona; Popa 2013 nach Fairclough; Fairclough, 2012)

Laut Tsakona und Popa sind sich die meisten Analysen des politischen Humors einig, dass er definitiv Teil der öffentlichen "Überlegung" zu politischen Fragen ist. Sie beschreiben Satire als „vehicle for "disagreement" expressing "conflicts of values and interests", especially when there seems to be "uncertainty as to what the right course of action might be (hence, risk), urgency, as well as other constraints".“ (Tsakona; Popa, 2013) Zudem erlaubt sie den Menschen sich politisch zu partizipieren, auch wenn dies durch ungleiche Zugänge zu Ressourcen, Macht-Ungleichheiten und die institutionelle Komplexität der modernen Gesellschaften begrenzt ist. Satire könnte nach Tsakona und

Popa also einen Teil des politischen Diskurses darstellen, der neue, alternative Perspektiven für die Politik bieten würde, indem er zum Gegenstand politischer Überlegungen und damit zur Grundlage für politische "Entscheidungen und Handlungen" würde. (vgl. ebd.)

Satire hat somit viele Vorzüge, aber auch einige Nachteile gegenüber anderen Informationsformen. In jedem Fall sollte sie jedoch ernst genommen und die „revolutionäre Macht“ (ebd. nach Knop, 2007), die ihr zeitweise innewohnt nicht unterschätzt werden, denn

„Late-night comedy does more than simply induce apathy and dumb down our discourse. It adds its own dimensions to the interpretation of current events, even as it shuts out others.“ (Peterson, 2008) [But] „according to Boltanski and Chiapello (2007), cynicism is big business in contemporary Western societies, and where it is mass-marketed and sold for profit, the sharp edge of cultural critique is deadened (Kenny, 2009: S. 228).

9.1. Satire und Recht

In der Frage, was Satire nun alles darf und was nicht, scheiden sich die Geister. Auf Seiten jener Befürworter, der Satire freie Hand zu lassen, wie beispielsweise Kurt Tucholsky, stehen in Österreich diverse Rechtsgrundlagen, die ihr verschiedene Freiheiten zusprechen. Die zuvor angeführte Kunstfreiheit legitimiert unter Artikel 17a. Staatsgrundgesetz Österreich

„Das künstlerische Schaffen, die Vermittlung von Kunst sowie deren Lehre sind frei.“ (RIS, 2017)

Was jedoch genau als Kunst gilt ist aufgrund der Undeterminiertheit schwierig zu umschreiben. Der Kunstbegriff beschränkt sich schon lange nicht mehr auf die sogenannten beaux-arts, sondern ist breitgefächert und lässt großen Interpretationsspielraum zu. Auch Satire kann Kunst sein, die Unterschiede zwischen satirischen Inhalten machen jedoch eine fortwährende Neuinterpretation notwendig. Welche Freiheiten und Rechte mit dem Terminus „Kunst“ als jede Art schöpferischer Gestaltung nun wirklich einhergehen ist dennoch umstritten. Die Gesetzesgrundlagen sehen keine Einschränkungen derselben vor. Tatsächlich ist jedoch auch Kunst nicht grenzenlos straffbefreit, kann allerdings nur durch andere, in den Gesetzen festgehaltene Werte wie etwa das Persönlichkeitsrecht beschränkt werden. (vgl. Müller, 2016) Die Autoren Volker Kitz (2016) und Reinhard Müller (2016) sind der Meinung

„Man kann vieles so lange in der Schwebe lassen, bis ein Fall vor Gericht landet. Und da muss nun einmal eine Entscheidung her.“ (Posener nach Kitz, 2016) „Hier schwingt immer der Vorwurf mit, der Staat maße sich ein Urteil darüber an, was Kunst sei. Und Kunst darf der Staat nicht definieren. Jede Eingrenzung des Begriffs scheint in einem Widerspruch zur Freiheit zu stehen.“ (Müller, 2016)

Besonders der bereits erwähnte Fall um Jan Böhmermann und den türkischen Präsidenten Erdogan zog unzählige unterschiedliche Meinungen und Ansichten zu diesem Thema nach sich. Zahlreiche Künstler und Prominente solidarisierten sich in einem offenen Brief mit Böhmermann und schrieben: „Kunst kann nicht in einem Klima stattfinden, in dem sich Künstlerinnen und Künstler Gedanken darüber machen müssen, ob ihr Schaffen zur Strafanzeige führt, in dem sie beginnen, sich selber zu zensieren, oder zensiert zu werden“ (Neuhaus nach Die Zeit, 2016) Dennoch kam es zu einer Anzeige und Strafverfolgung des Schöpfers aufgrund des Vorwurfs der Beleidigung eines Staatsoberhauptes und Erdogans als Person.

„Satire als eine Form der Kunst darf verzerren, übertreiben, verfremden. Doch auch für sie gelten Grenzen: dann etwa, wenn Menschen mit Schmähkritik überzogen werden. [...] Ob Satire eine Beleidigung ist, hängt davon ab, ob die sachliche Auseinandersetzung im Vordergrund steht oder der Wille, jemanden verächtlich zu machen.“ (Zeit Online, 2016)

Im Artikel „Kunst ist strafbar. Warum auch nicht?“ des Bundesrichters Thomas Fischer (2016) vertritt er die entgegengesetzte Meinung Tucholskys, nämlich jene, dass Kunst und somit auch Satire sich keineswegs alles erlauben können sollte, sondern dass „Kunst [...bzw.] Satire alles darf“ „Un-sinn“ (Fischer, 2016) ist.

„Frei“ ist die Kunst (und damit die Satire) nach der im Bürgertum noch immer herrschenden Meinung nämlich nur dann, wenn sie entweder die eigene Ansicht repräsentiert oder sich im säuselnd-humorvoll Diffusen hält (Das ist die „Ach-ja“-Fraktion). Dieselben Freiheitsapostel fordern freilich "strenge Grenzen" und (mindestens) Schadensersatz, wenn es an ihre eigene Ehre, ihren Geldbeutel, ihre Reputation oder ihre "Grenzen des guten Geschmacks" geht.“ (ebd., 2016)

Nichtsdestotrotz ist das Recht auf Kunstfreiheit in unterschiedlichen Gesetzesgrundlagen, auch verschiedener Länder, festgehalten - so auch im deutschen Grundgesetz oder in der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte. Artikel 27, Paragraph 2 beschreibt: „Jeder hat das Recht auf Schutz der

geistigen und materiellen Interessen, die ihm als Urheber von Werken der Wissenschaft, Literatur oder Kunst erwachsen.“

Findet die Satire in der Kunstfreiheit keine Unterstützung, existieren in Österreich, sowie vielen anderen Ländern ein Recht auf die freie Meinungsäußerung und die Pressefreiheit, die ebenso in enger Verbindung mit Satire stehen. Artikel 13. Staatsgrundgesetz Österreich erklärt wie bereits erwähnt:

„Jedermann hat das Recht, durch Wort, Schrift, Druck oder durch bildliche Darstellung seine Meinung innerhalb der gesetzlichen Schranken frei zu äußern.

Die Presse darf weder unter Censur gestellt, noch durch das Concessions-System beschränkt werden. Administrative Postverbote finden auf inländische Druckschriften keine Anwendung.“ (RIS, 2017)

Auch die Europäische Menschenrechtskonvention (EMRK) (Artikel 10) und die Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen (Artikel 19) äußern sich wie folgt:

„Jeder hat das Recht auf Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung; dieses Recht schließt die Freiheit ein, Meinungen ungehindert anzuhängen sowie über Medien jeder Art und ohne Rücksicht auf Grenzen Informationen und Gedankengut zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten.“ (Vereinte Nationen, 1948)

Als subjektives Recht jedes Einzelnen seine Gedanken ungehindert kundzutun ist die Meinungsfreiheit eine notwendige Voraussetzung für die Existenz einer Demokratie. Wie bei den meisten Rechtsgrundlagen, gilt jedoch auch die Meinungsfreiheit nicht absolut. Sie wird sowohl durch Artikel 10 EMRK selbst und durch verschiedene andere Rechtsgrundlagen bedingt, eingeschränkt oder kann Strafdrohungen zur Folge haben - für die „nationale Sicherheit, die territoriale Unversehrtheit oder die öffentliche Sicherheit, zur Aufrechterhaltung der Ordnung oder zur Verhütung von Straftaten, zum Schutz der Gesundheit oder der Moral, zum Schutz des guten Rufes oder der Rechte anderer, zur Verhinderung der Verbreitung vertraulicher Informationen oder zur Wahrung der Autorität und der Unparteilichkeit der Rechtsprechung“ (Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte, 1950). Bei Satire, Parodie und Karikatur ist ähnlich wie bei der Kunstfreiheit die Sachlage jedoch meist schwieriger abzuwägen und ruft oftmals Uneinigkeit hervor. Es gilt für das Rechtssystem „zwischen widerstrebenden Rechtsgütern, die gleichermaßen wertvoll und grundrechtlich geschützt sind“ (Leitner, 2016) abzuwägen, um die Zulässigkeit eines satirischen Beitrags zu erläutern. Unter

Berücksichtigung, dass jene Inhalte meist nicht komplett beim Wort genommen werden dürfen, wurden von den Gerichten „Kriterien der Güterabwägung“ (ebd.) charakterisiert. Demnach sind in Form dieser parodistischen, satiristischen Äußerungen „beleidigende Werturteile in größerem Umfang hinzunehmen als sonst“ (ebd.). Zugleich müssen „Politiker und andere im öffentlichen Leben stehende Personen eine stärkere Einschränkung ihres Ehrenschatzes hinnehmen“ (ebd.) und haben „gegenüber solcher Kritik mehr Toleranz aufzubringen als der Durchschnittsbürger“ (ebd.). Betrifft der satirische Beitrag eine Frage der demokratischen Öffentlichkeit sind sogar „scharfe und schärfste Formulierungen hinzunehmen und Äußerungen als zulässige Meinungskundgebungen gedeckt, die in einem provokanten, polemischen und aggressiven Ton gehalten sind.“ (ebd.).

Jene Grundgesetze legitimieren somit in Österreich einen kritischen, jedoch humorvoll gestalteten Tabubruch, bei dem Presse- und Meinungsfreiheit weiter reichen als bei nicht-satirischen Artikeln - mit gewissen Einschränkungen. Liegt eine Schmähkritik vor, - als solche wird eine herabwürdigende satirische Aussage, bei der „nicht mehr die Auseinandersetzung mit der Sache, sondern die Diffamierung und Herabsetzung der Person im Vordergrund steht“ (Stiebert, 2016 nach BVerfG, 1990) - wird die Menschenwürde oder eine Person in anderer Form durch Satire verletzt, werden strafrechtliche Schritte eingeleitet. Konflikte können der oben eingangs angeführten Erwähnung zufolge mit dem Pressekodex der verschiedenen Länder-Presseräte und Rechtsgrundlagen wie etwa dem Medienrecht, dem Strafrecht oder dem Zivilrecht entstehen.

In einer mit einer Rüge sanktionierten Beschwerde gegen die Zeitschrift *Titanic* verlautete der Deutsche Presserat: „Grundsätzlich hält der Presserat auch scharfe, polemische Satire für zulässig - solange sie einen sachlichen Kern an Kritik enthält. [...] Aufgabe von Satire ist immer auch, durch Überspitzung und drastische Darstellung weiterführende Gedanken anzustoßen.“ (APA-OTS, 2010) „Die Menschenwürde verletzende Witzeleien“ (ebd.) gelten jedoch nicht als Satire. Auch der Senat des Österreichischen Presserats erklärte im Rahmen eines Verfahrens, dass in einem satirischen Beitrag nicht jeder Eingriff in die Persönlichkeitssphäre des Einzelnen gerechtfertigt ist und nicht jede zugespitzte Passage sogleich als Satire eingestuft werden kann. (vgl. APA-OTS, 2016) Bezüglich der Entscheidungsfindung, was Satire darf und als solche gilt, formulierte der Schweizer Presserat (2017) einen auch hierzulande treffenden Hinweis:

„Inhaltlich ist zwischen erkennbarem Aussagekern und satirischer Einkleidung zu unterscheiden. Der Aussagekern darf inhaltlich nicht offensichtlich unwahr sein. Die Form hingegen übersteigert und verfremdet die Wirklichkeit – meist mit dem Einsatz künstlerischer Mittel, aber unter Respektierung der Menschenwürde. Satire als Absicht sollte dem anvisierten Pu-

blikum erkennbar sein. Wird Satire überraschend eingesetzt, ist das Publikum genügend deutlich einzustimmen.“

Im Gegensatz zum freiwilligen Selbstregulierungsorgan Presserat, werden Verstöße gegen verabschiedete Gesetze strenger geahndet. Die Schöpfer der Satire genießen jedoch auch hier mehr Freiraum als andere Inhalte, da „diese Übertreibungen für den „normalen“, unvoreingenommenen und vernünftigen Betrachter als solche durchschaubar“ (Branahl, 2009: S. 120) sein sollten, erklärt das Medienrecht. Enthält ein Beitrag jedoch „ehrenrührig Werturteile oder Tatsachenbehauptungen“ (ebd.) können verschiedene Paragraphen greifen, die natürlich von Fall zu Fall variieren. Grundsätzlich muss jedoch zwischen Einkleidung und Aussagekern (vgl. Martin, 2008: S. 159) unterschieden werden.

„Im Vergleich der Kontrolltexte wird die satirische Einkleidung gegenüber dem Aussagekern privilegiert. Der Aussagekern soll, soweit er eine Wertung ausdrückt, darauf zu überprüfen sein, ob eine Schmähkritik vorliegt. Enthält er demgegenüber eine Tatsachenmitteilung, so ist nach Auffassung der Rechtssprechung zu klären, ob sie wahr oder auf sonstige Weise gerechtfertigt ist. Auch die satirische Einkleidung kann, obwohl im Regelfall gerade als das eigentliche Stilmittel der Satire deutlich als Verfremdung zu erkennen, unbestritten eine Persönlichkeitsrechtsverletzung darstellen.“ (ebd.)

Im Mediengesetz schützen etwa die Paragraphen sechs und sieben die Opfer der Satire vor „üble[r] Nachrede, Beschimpfung, Verspottung und Verleumdung“ (RIS, 2017) und der „Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs“ (ebd.). Im österreichischen Strafgesetzbuch findet sich ebenso im vierten Abschnitt Paragraphen zu „Strafbaren Handlungen gegen die Ehre“, die Reihe an Gesetzen des Strafgesetzbuch, gegen die Satire verstoßen kann - etwa gegen den seit dem *Charlie Hebdo*-Anschlag viel diskutierten, unter dem Namen Blasphemie-Paragraphen bekannten § 188. Herabwürdigung religiöser Lehren - ist jedoch wesentlich länger.

Dieser Paragraph schreibt vor: „Wer öffentlich eine Person oder eine Sache, die den Gegenstand der Verehrung einer im Inland bestehenden Kirche oder Religionsgesellschaft bildet, oder eine Glaubenslehre, einen gesetzlich zulässigen Brauch oder eine gesetzlich zulässige Einrichtung einer solchen Kirche oder Religionsgesellschaft unter Umständen herabwürdigt oder verspottet, unter denen sein Verhalten geeignet ist, berechtigtes Ärgernis zu erregen, ist mit Freiheitsstrafe bis zu sechs Monaten oder mit Geldstrafe bis zu 360 Tagessätzen zu bestrafen.“

Nachdem solche Gesetze in Ländern wie Frankreich gar nicht existieren, - siehe etwa die islamkritischen Karikaturen *Charlie Hebdo* - entstanden in Österreich kontroverse Diskussionen über die Abschaffung des Paragraphen. Einerseits argumentieren Befürworter der Abschaffung wie der NEOS-Nationalratsabgeordnete Niko Alm, dass es „keinen nachvollziehbaren Grund [gibt] warum Religion im Rahmen der Meinungsfreiheit anders behandelt werden soll, als andere gesellschaftliche Phänomene wie Sport, Politik, Kunst oder Kultur. Dass man hier mit zweierlei Maß misst, ist einfach nicht demokratisch.“ (Zikmund nach Alm, 2015) Gegner betonen jedoch die Sonderstellung der Religion und die Aufrechterhaltung des öffentlichen Friedens. (vgl. ebd.) Bis zur momentan aktuellen Fassung vom 06.06.2017 blieb der Paragraph bestehen und schränkt auch in diesem Punkt die Freiheiten der Satire ein.

Aufbauend auf dem Allgemein Bürgerlichen Gesetzbuch bietet ebenso das Zivilrecht Schutz für die Ehre, Ansehen und Menschenwürde. Anders als bei einer strafrechtlichen Verfolgung hat im Zivilrecht je nach Sachlage der Betroffene Anspruch auf Unterlassung, Widerruf, materiellen Schadenersatz, Geldentschädigung beziehungsweise Schmerzensgeld und/ oder die Veröffentlichung einer Gegendarstellung. (vgl. Sjurts, 2004: S: 460) Die strafrechtliche Verurteilung bleibt hier zwar aus, das Zivilverfahren ist jedoch günstiger und die erstreitbaren Zahlungen sind höher. (vgl. Westermann, 2000)

Trotz dieser Einschränkungen durch diverse Gesetze sind die rechtlichen Freiheiten der Satire in Ländern wie Österreich, Deutschland, Frankreich oder auch den USA bislang umfassend ausgelegt. Satiriker genießen in vielen anderen Ländern jedoch nicht dieselben Freiheiten. In der Türkei beispielsweise hatte Satire eine lange Tradition. Jedoch auch schon vor dem Putschversuch am 16. Juli 2016, wurde das Äußern satirischer Kritik durch den Präsidenten Erdogan erschwert. „Weil sie ihn regelmäßig verspotten, werden die Karikaturisten regelmäßig von Erdoğan verklagt – denn Kritik an seiner Person gilt in der Türkei fast schon als Tabu.“ (Akyol, 2016) Bislang nahmen die drei bekanntesten türkischen Satirezeitschriften *Penguen*, *Leman* und *Uykusuz* Klagen und Drohungen - Laut Zafer Akner, dem Redaktionsleiter von *Leman* wurden Karikaturisten von Islamisten, Regierungsanhängern oder Ultranationalisten bedroht: „Sie haben uns gesagt, dass sie uns töten, uns Köpfe und Hände abtrennen und in Stücke schneiden wollen.“ (ebd. nach Akner) - in Kauf, sind jedoch vorsichtiger geworden aufgrund der Fülle an Gesetzen die ihre Arbeit einschränken. Über die Verbreitung mithilfe sozialer Medien erreicht ihre Satire nun wesentlich mehr Personen als die vorherige Stammleserschaft „und natürlich auch solche, die Satire nicht verstehen oder sie kategorisch ablehnen. Seitdem haben wir es oft mit Anfeindungen zu tun. Die Zahl der Drohungen per Telefon

oder E-Mail hat stark zugenommen“, meint Selçuk Erdem, Karikaturist und Mitbegründer des Magazins *Penguen*. Ein großes Problem stellen jedoch die türkischen Nachrichten-Medien selbst dar:

„Die Basis einer jeden Karikatur sind Nachrichten. Aber inzwischen ist die freie Berichterstattung in diesem Land so stark eingeschränkt, dass es kaum noch verlässliche Nachrichten gibt.

Das wiederum engt unseren Spielraum ein.“ (Hahn nach Erdem, 2017)

Besonders nach dem Putschversuch verschärfte sich die Lage für Satiriker in der Türkei. Erdem meinte in einem Interview mit dem Auslandsrundfunk *Deutsche Welle*:

„Wissen Sie, in der Türkei sitzen so viele Journalisten im Gefängnis - es ist extrem schwierig, das einfach auszublenden und drauf los zu zeichnen. Früher haben wir einfach losgelegt, wenn uns ein guter Witz einfiel. Aber das geht nicht mehr. Ja, ich denke, wir zensieren uns selbst - wenn auch nicht immer bewusst. Und damit sind wir nicht allein. Viele Journalisten sind sehr vorsichtig geworden. Denn man hört immer wieder, dass selbst Chefredakteure ge-
feuert werden, wegen eines einzigen kritischen Berichts.“ (Hahn nach Erdem, 2017)

Das Satiremagazin *Penguen* etwa stellte nach 15 Jahren seine Printausgabe ein. In einer UN-Petition auf der Website *Charlie Smile* heißt es: „Erdogans Politik unterdrückt eine Reihe von Menschenrechten, darunter auch die Meinungsfreiheit. Satire zählt zu den Grundpfeilern des Journalismus und der damit verbundenen Meinungsfreiheit! Die Meinung des Einzelnen darf nicht durch diktatorische Mächte eingeschränkt werden!“ (Charlie Smile, 2016)

9.2. Wenn Satire Journalismus ersetzt

Spekulationen, ob Satire in Zukunft Journalismus gänzlich als Informationsquelle ersetzen könnte, existieren in den modernen Mediengesellschaften seit einiger Zeit. Oft wird angenommen, dass die Politikverdrossenheit, also das Desinteresse vor allem der Jugend an politischen Vorgängen und Inhalten und das sinkende, beziehungsweise wechselhafte Vertrauen gegenüber herkömmlicher Nachrichten-Formate der Grund für eine derartige Entwicklung sein könnte.

Tatsächlich sprachen die Medien und diverse Studien noch 2014 von einer Vertrauenskrise. Eine in jenem Jahr veröffentlichte Umfrage des Medienmagazin ZAPP des deutschen NDR ergab, dass 54 Prozent der befragten Deutschen, einer heterogenen Gruppe von unterschiedlichen Alters- und Einkommensschichten, „Weniger Vertrauen“ und 15 Prozent „Gar kein Vertrauen“ in die deutschen Medien hatten. Waren es im April 2012 noch 40 Prozent die großes oder sehr großes Vertrauen in

die heimischen Medien bekundeten, lag der Wert 2014 nur noch bei 29 Prozent. Die Hauptgründe für diese Entwicklung waren gemäß der Befragung, eine einseitige/ nicht objektive Berichterstattung (31%), Fehlinformationen oder nicht realitätsgetreue Berichterstattungen seitens der Medien, die bewusst platziert wurden (18%) und eine Steuerung, beziehungsweise Beeinflussung der Medienberichterstattung durch die Politik (9%). Anlass für die Durchführung der Berichterstattung war eine harsche Medienkritik an der Berichterstattung zur ukrainischen Krimkrise im Jahr 2014. Die Zahlen brachten äußerst alarmierende Erkenntnisse zuweilen laut dem Medienjournalisten Stefan Niggemeier ein Grundvertrauen in die Medien die Grundlage der Berichterstattung in einer Demokratie und eine unabdingbare Voraussetzung für die Arbeit jedes Journalisten ist. Wie schmal der Grat zwischen medialem Vertrauen und Misstrauen ist, zeigte sich daran, dass ein Teil der Befragten eine negative Auswirkung der unzureichenden Ukraine-Berichterstattung auf ihre gesamte Wahrnehmung der Medien bekundete. (vgl. Leiterer, 2014) Besonders in den Jahren zwischen 2013 und 2015 haben sich diese Werte dramatisch verschlechtert. Hamann (2015) kommentiert diese Veränderungen in einem *Zeit Online* Artikel, der nach dem Absturz des German Wings Flugzeuges entstand, da auch die *Zeit* hier heftige Kritik an ihrer Berichterstattung einstecken musste:

„Denn natürlich weiß das Publikum genau, dass Journalisten in aller Regel Dinge schreiben und senden, von denen sie glauben, dass sie gefallen, aufrütteln, den Lesern wichtig sind. [...] Es gibt also, paradoxerweise, eine maßlose Lust am Skandal – und zugleich eine weit verbreitete Enttäuschung über die Medien, die diese Lust bedienen. Und es gibt, noch paradoxer, ausgerechnet im Fernsehen mehr und mehr Satire-Formate, die beides, Skandallust und Medienfrust, mit enormem Erfolg bedienen. Auf diese Weise steigern sie Abscheu und Misstrauen noch einmal.“ (Hamann, 2015)

Die Zahl der Menschen die den Medien ihr Vertrauen schenken hat in den darauffolgenden Jahren jedoch wieder zugenommen. Studien aus dem Jahr 2016 zeigten zumindest teilweise bereits positivere Ergebnisse. Eine Eurobarometer Umfrage ergab etwa, dass überdurchschnittlich viele österreichische Bürger (72%) der Meinung sind, dass die inländischen Medien vertrauenswürdige Informationen herausgeben obwohl nur knapp die Hälfte (54%) die heimischen Medien für frei von wirtschaftlichem oder politischem Druck und unabhängig hält. (vgl. Die Presse, 2016) Ebenso EU-weit positiv zu beobachten ist, dass in allen Mitgliedsländern die „Mehrheit der Befragten meint, dass ihre nationalen Medien eine Vielfalt an Meinungen und Ansichten bieten“ (Europäische Union, 2016) Wissenschaftlern der Universität Mainz (Deutschland) zufolge ist jedoch auch hier das Ergebnis nicht ganz eindeutig, denn obwohl Studien ergaben, dass wieder mehr Menschen den Medi-

en vertrauen, so gibt es zugleich auch mehr die das nicht tun. (vgl. Zeit Online, 2017) Auch in der Europäischen Union hält die Mehrheit die nationalen und die nationalen öffentlich-rechtlichen Medien nicht für frei und unabhängig, tatsächlich sogar für weniger frei und unabhängig als vor fünf Jahren. (vgl. Europäische Union, 2016)

„In vielen Fällen besteht ein Zusammenhang zwischen der Unabhängigkeit der Medien und dem Vertrauen, das den von den Medien vermittelten Informationen geschenkt wird. Dies zeigt sich darin, dass in vielen Ländern mit einem hohen Anteil an Befragten, die sagen, dass ihre Medien frei von politischem und wirtschaftlichem Druck sind, auch ein hoher Anteil an Befragten zu verzeichnen ist, die sagen, dass die Medien vertrauenswürdige Informationen bieten. Beispiele hierfür sind Finnland, Dänemark, Schweden und die Niederlande. Gleiches gilt auch im umgekehrten Fall. So sind z. B. die Befragten in Frankreich, Griechenland und Spanien deutlich seltener der Ansicht, dass ihre nationalen Medien frei von politischem und wirtschaftlichem Druck sind. Gleichzeitig halten sie die von ihren nationalen Medien bereitgestellten Informationen deutlich seltener für vertrauenswürdig.“ (ebd.)

Trotzdem die Mehrheit der Österreicher die heimischen Medien für vertrauenswürdig hält, gerät die Verteilung, bezogen auf die politische Gesinnung in eine ernstzunehmende „Schieflage“ (Ennser-Jedenastik, 2017), denn während für Personen, die sich nach politischer Selbsteinschätzung links der Mitte befinden die Medien eine verlässliche Informationsgrundlage bilden, ist dies bei Personen politisch rechts der Mitte viel seltener der Fall. (vgl. ebd.)

„Gefährlich daran ist, dass so der öffentlichen politischen Debatte eine wesentliche Grundlage entzogen wird. Nicht nur, dass sich Links und Rechts immer schwerer auf eine gemeinsame Faktenbasis für ihre politische Auseinandersetzung einigen können. Die Medien selbst laufen Gefahr, immer stärker als Partei in der öffentlichen Debatte wahrgenommen zu werden.“ (ebd.)

Zu bemerken ist hier, dass es sich meinen Annahmen zufolge und der Tatsache, dass es sich bei Satire eher um politisch linksorientierte Inhalte handelt, ungeachtet dieser im Eurobarometer 86.1 nachgewiesenen „Schieflage“, bei den Personen, die ihre politische Gesinnung links der Mitte einschätzen, auch um jene Personen handelt, die tendenziell die Rezipienten von satirischen Inhalten bilden. Dies lässt vermuten, dass in Österreich Satire nicht als, die herkömmlichen Medien ersetzend sondern eher in gewisser Weise erweiternd oder vertiefend, angesehen werden kann. Ein mangelndes Vertrauen kann jedoch unter anderem trotzdem dazu führen, dass Satire für viele Menschen

„nicht mehr nur Ergänzung, sondern Grundlage ihrer Beschäftigung mit Politik“ (Haupt, 2016) wird. Inwiefern dies etwa in Deutschland der Fall ist, ist noch nicht belegt worden, aus den USA gibt es jedoch, wie bereits erwähnt, Studien die eine derartige Entwicklung vor allem bei jüngeren Zusehern und Lesern nachweisen. Porzelt hält es für problematisch „wenn sich Satireformate in Deutschland als Ersatz zu klassischen Nachrichtenmagazinen etablieren würde, da es sich bei diesen um Unterhaltungsangebote handelt, die richtigen Journalismus nicht ersetzen können.“ (Urík nach Porzelt, 2016) In einem Interview der *Frankfurter Rundschau* mit den Machern der deutschen Satiresendung *Die Anstalt* Max Uthoff, Claus von Wagner und Dietrich Krauß, bringen die drei Satiriker auf die Frage nach der Möglichkeit einer vergleichbaren Entwicklung in Deutschland eine ähnliche Meinung zur Sprache:

„Krauß: Das eine kann das andere nur schwer ersetzen. Denn die Kriterien für gute Satire sind andere als für guten Journalismus. Satire ist immer ungerecht, einseitig und zugespitzt. Das ist aber genau das, was guter Journalismus bestenfalls in einem Kommentar tun sollte. Deshalb würde ich so eine Entwicklung gar nicht gutheißen.

Von Wagner: Wir brauchen ja den professionellen Journalismus, um unsere Arbeit überhaupt machen zu können.

Uthoff: Ich halte das auch nicht für eine gute Entwicklung, schon allein wegen der Verantwortung. Ich möchte nicht, dass das, was wir in der Sendung machen, quasi zur Handlungsanleitung für irgendwelche Leute wird. Es ist ein zusätzliches Angebot, es soll Spaß machen, es soll intelligent unterhalten. Aber ich bin nicht dazu da, guten Journalismus zu ersetzen. Höchstens schlechten.“ (Voigts; Majic nach Krauß; Von Wagner; Uthoff, 2015)

Mit ihrer Meinung sind sie sowohl in der Medienbranche, als auch in Satiriker-Kreisen nicht alleine. Satire, in einer Form wie sie beispielsweise hierzulande oder Deutschland vorkommt, kann nicht oder nur schwer alleine existieren. Sie braucht Nachrichten die der Bevölkerung die nötigen Hintergrundinfos geben und in gewisser Weise nicht nur die Themenschwerpunkte der Satire setzen, sondern auch die Hintergrundrecherche an der Satiriker statt übernehmen. Anders sieht es hier, wie vorausgehend angesprochen, in den USA aus, wo die Teams hinter Satiriker wie etwa John Oliver akribisch fundierte Recherchearbeit leisten und verschiedenste Themen eingehend und facettenreich kommunizieren und kritisch beleuchten. Doch auch Oliver betonte die Bedeutung der traditionellen Berichterstattung:

“It’s pretty obvious without newspapers around to cite, TV news would just be Wolf Blitzer [Anmerkung: Wolf Blitzer ist amerikanischer Journalist und Fernsehmoderator des Senders

CNN] endlessly batting a ball of yarn around. [...] The media is a food chain which would fall apart without local newspapers.” (The Guardian nach Oliver, 2016),

Ähnliches kann bezüglich Satire verlautet werden, denn auch Satire ist Teil dieser Nahrungskette und auf klassische Nachrichtenformate als Zitierquelle angewiesen. Andererseits stellt sie jedoch auch immer wieder eine Art Gegenöffentlichkeit dar.

„Allein dass wir uns so oft mit dem Thema Medien beschäftigt haben, zeigt, dass es da eine Angriffsfläche gibt. Wir haben den Eindruck, dass bei bestimmten Themen – Rente, Sozialpolitik, Außenpolitik – das Meinungsspektrum in der Summe relativ einheitlich ist und nur wenig konträre Positionen Platz bekommen. Immer gibt es die eine Meinung, der man folgen muss, und dann vielleicht noch ein paar Exoten-Meinungen, die man höflichkeitshalber ausreden lässt.“ (Voigts; Majic nach Krauß, 2015)

Problematisch an einer gänzlichen „Übernahme“ des Journalismus durch Satire wäre zudem, dass sie einerseits natürlich keine objektive Berichterstattung ist, sondern ungeachtet der Qualität der Satire die hochgradig subjektive Weltsicht der Satiriker wiedergibt und damit eine persönliche Meinung darstellt. Als Blickwinkel trägt sie zum Diskurs bei und liefert weitere Denkanstöße. Würde sie jedoch den herkömmlichen Journalismus und damit die, im besten Fall, objektive und seriöse Berichterstattung ersetzen, bestünde die Informationsgewinnung nur noch ausschließlich aus einer Vielzahl an überspitzt und pointiert dargebrachten Meinungen, deren Wertigkeit bei den Rezipienten nicht nur durch die Nähe zur eigenen Meinung der Rezipienten, sondern auch stark durch Unterhaltungs- und Sympathiefaktoren beeinflusst wird. Des Weiteren wäre auch hier durch die linksliberalen Tendenzen der Satire keine, alle Standpunkte umfassende, Meinungsvielfalt mit konträren Positionen gegeben. In den USA existieren zwar konservative Satire-Angebote wie etwa Andrew Klavans *The Revolting Truth*,

„Gleichzeitig widerspricht das Prinzip des Konservatismus dem grundsätzlichen Wesen der Satire, die den politischen Status quo kritisch hinterfragen und herrschende Missstände abbauen möchte. Eine konservative Ausrichtung würde im Extremfall den Status der Mächtigen gegen Reformbemühungen verteidigen.“ (Ürük nach Porzelt, 2016)

Satireformate sind demnach kein Ersatz für klassischen Journalismus. Der Journalist und Medienwissenschaftler Bernd Gäbler bezeichnet die Satire in einem Interview stattdessen als „Zweitverwertung von Journalismus“ (Ürük nach Gäbler, 2016) und „Mittelstück in einer Kette des Verstehens“ (ebd.), die die Autoritäten kritisch hinterfragt und, wenn ihr Inhalt richtig aufgefasst wird,

durch „kleinformatige Komplexitätsreduktion“ (ebd.) dazu beiträgt, dass „der Abstand zwischen Nachricht und Verstehen wächst“. (ebd.) Diese Beschreibungen sind zwar etwa für Österreich und Deutschland zutreffend, können jedoch nicht für alle Länder verallgemeinert werden. Wie bereits mehrmals behandelt, entfallen bedeutende Teile einer angemessenen und zufriedenstellenden Berichterstattung und Informationsübermittlung, wie beispielsweise die Objektivität die dem Populismus weicht, in manchen Ländern wie den USA. Durch die intensivere Recherche und seriösere Art, wichtige Informationen satirisch zu präsentieren, kann Satire hier tatsächlich zu einem bedeutenden Nachrichtenformat werden, eben „oppositional news“.

III. ERGEBNISSE

“The business of the satirist is to insist on the sharp differences between vice and virtue, between good and bad, between what man is, and what he ought to be.” (Griffin, 1994: S. 36)

Die deskriptivstatistischen Analysen erlauben eine Charakterisierung der Stichprobe. Hierzu wurden die Häufigkeiten und Kennwerte relevanter Variablen, wie beispielsweise Geschlecht, Alter, politische Einstellung, sowie Verfügbarkeit von Endgeräten zur Mediennutzung, ausgewertet, um Hintergrundinformationen zu den Umfrageteilnehmern zu erhalten.

Für die inferenzstatistische Auswertung der Daten und die Prüfung der Zusammenhänge wurden aufgrund nominalskaliert Variablen die Auswertungsmethode der Kreuztabellen verwendet und gleichzeitig ein χ^2 -Homogenitätstest durchgeführt, um die Wahrscheinlichkeit zu ermitteln, ob die Zusammenhänge signifikant sind. Sobald der p -Wert des Chi-Quadrat-Tests bei 0,05 oder niedriger liegt, bedeutet dies, dass das Ergebnis signifikant ist. (vgl. Bortz; Schuster, 2010: S. 74ff, 137ff) Sofern in mehr als 20% der Zellen in einer Kreuztabelle die Erwartungswerte < 5 liegen, wurde darüber hinaus die Korrektur mittels Fisher’s exaktem Test angewendet. (vgl. Bühl; Zöfel, 2000: S. 226) Für die Beurteilung des Zusammenhangs von abhängigen kategorialen Daten wurde das Assoziationsmaß Cramer’s V herangezogen, wobei der Wert zwischen 0 und 1 auf die Stärke des Zusammenhangs hinweist. (vgl. ebd.) Für die Prüfung der Verteilung bei abhängigen kategorialen Daten wurde der McNemar-Test verwendet. (vgl. Bortz; Schuster, 2010: S. 146ff) Weiters wurde zur

$$\hat{p} \pm z_{1-\alpha/2} \cdot \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

Absicherung von ermittelten Anteilswerten gegenüber den entsprechenden Erwartungswerten in der Grundgesamtheit das 95%-Konfidenzintervall herangezogen, wobei für den zweiseitigen z-Wert 1,96 eingesetzt wurde. (vgl. Weiß, 2013: S. 318ff)

Insgesamt nahmen 106 Journalisten diverser österreichischer Medien, Autoren und angehende Journalisten des Instituts der Universität Wien für Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Umfrage teil, davon beantworteten 73 Teilnehmende die Umfrage bis zum Schluss. Die Anzahl der gegebenen Antworten variiert zwischen den 34 gestellten Fragen, wobei keine geschlossene Frage weniger als 68 Antworten erhielt. Somit beruhen die einzelnen Analysen auf Grundlage jener Fälle, die bei den interessierenden Variablen eine gültige Reaktion gesetzt haben. Für die Untersuchungen auf Grundlage der Kreuztabellen wurde daher die Technik der paarweisen Fallausschlüsse angewendet. Die Untersuchung stellt keine Vollerhebung dar, da dies im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich wäre. Aufgrund der relativ geringen Teilnehmerzahl, die über die Dauer von rund drei Monaten an der Umfrage teilnahmen, ist die Studie für die Gesamtheit der Journalisten, Autoren und angehenden Journalisten nicht repräsentativ. Der Erhebungszeitraum der empirischen Studie erstreckt sich über drei Monate von Anfang Mai 2017 bis Ende Juli 2017.

Im Rahmen der Befragung zu den demographischen Eigenschaften wurde anhand der Variable 1 das Alter der Teilnehmenden erhoben. Das Alter der Umfrageteilnehmer lag zwischen 19 und 88 Jahren, wobei die Altersgruppe der 19- bis 29-Jährigen mit 41,9% der gültigen Antworten den größten Anteil ausmachte und die Altersgruppe der 80- bis 89-Jährigen mit 1,9% den geringsten Anteil erreichte (siehe Tabelle1). Das Durchschnittsalter der Stichprobe lag bei 41,1 ($SD = 18,5$; Median = 35)

V1_Alter

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	19 bis 29	44	41,5	41,9	41,9
	30 bis 39	13	12,3	12,4	54,3
	40 bis 49	12	11,3	11,4	65,7
	50 bis 59	14	13,2	13,3	79,0
	60 bis 69	11	10,4	10,5	89,5
	70 bis 79	9	8,5	8,6	98,1
	80 bis 89	2	1,9	1,9	100,0
	Gesamt	105	99,1	100,0	
Fehlend	keine Angabe	1	0,9		
Gesamt		106	100,0		

Tabelle 1: Häufigkeiten und Anteilswerte der Altersgruppen der Teilnehmer

Jahren; für die männlichen Teilnehmenden bei 48,6 ($SD = 17,9$) und für die weiblichen bei 34,3 ($SD = 16,2$) Jahren. Das Geschlechterverhältnis in der Stichprobe war mit 50 (47,2%) männlichen Teilnehmern zu 56 (52,8%) weiblichen Teilnehmerinnen relativ ausgewogen.

Anhand der grafischen Darstellung der Häufigkeiten der Variablen V5_VerfügbarkeitFernsehgerät (Diagramm 1), die die Möglichkeit des Zugriffs der Teilnehmer auf ein Fernsehgerät erhob, V6_

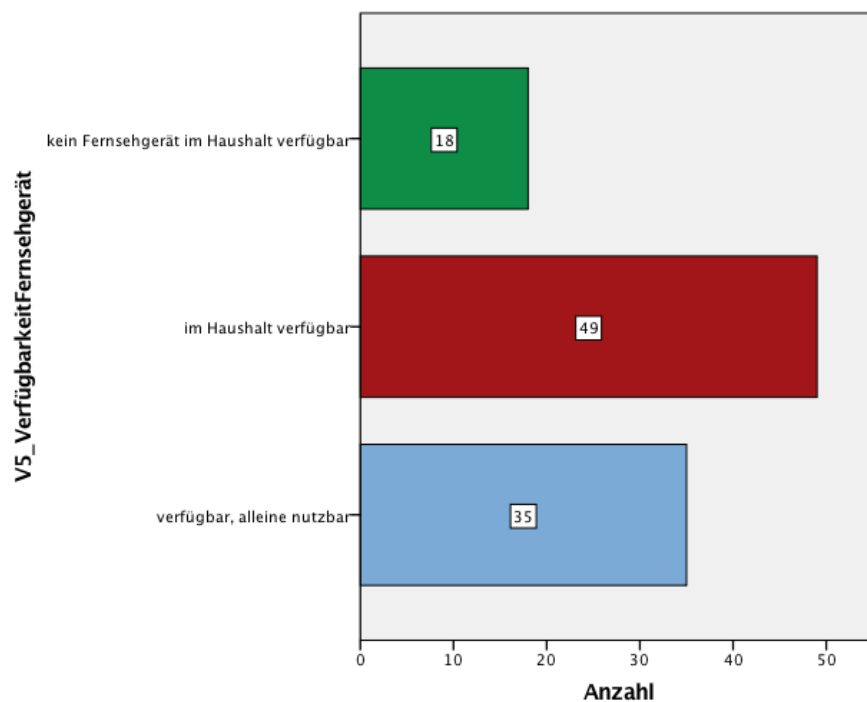


Diagramm 1: Verfügbarkeit Fernsehgerät

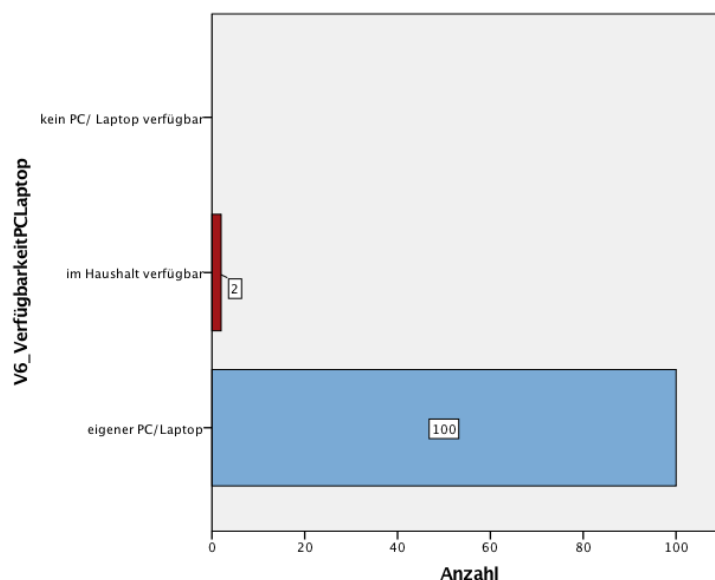


Diagramm 2: Verfügbarkeit Laptop

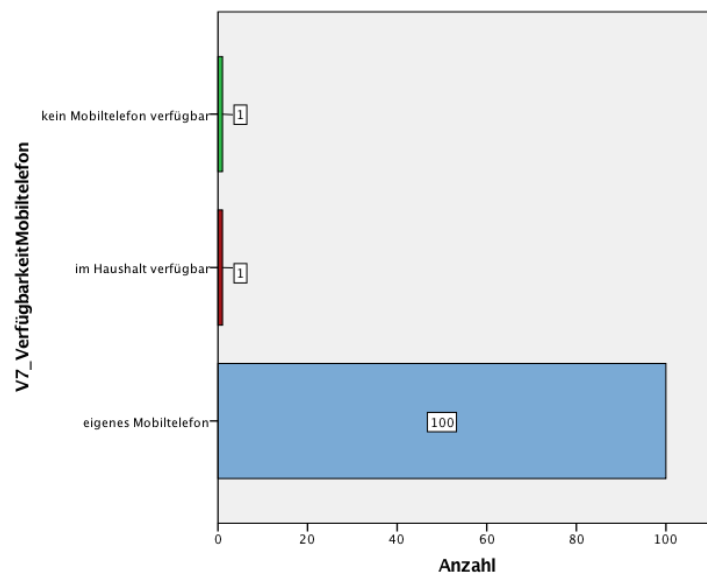


Diagramm 3: Verfügbarkeit Mobiltelefon

VerfügbarkeitPCLaptop (Diagramm 2), die die Möglichkeit des Zugriffs der Teilnehmer auf ein Laptop oder PC erhob, und V7_VerfügbarkeitMobiltelefon (Diagramm 3), die die Möglichkeit des Zugriffs der Teilnehmer auf ein Mobiltelefon erhob, ist zu erkennen, dass von den insgesamt 102 Personen, welche die betreffenden drei Fragen beantwortet haben, 100 (98,0%) Teilnehmende zur Informationsbeschaffung sowohl über einen eigenen Laptop und ein eigenes Mobiltelefon verfügen. Bezüglich Fernsehgerät gaben 84 (82,4%) der Teilnehmer an, dass selbiges entweder im Haushalt verfügbar oder sogar alleinig nutzbar ist. Somit kann davon ausgegangen werden, dass der Großteil der Befragten problemlos über diverse Medien und Endgeräte an Informationen und auch Satire gelangen kann.

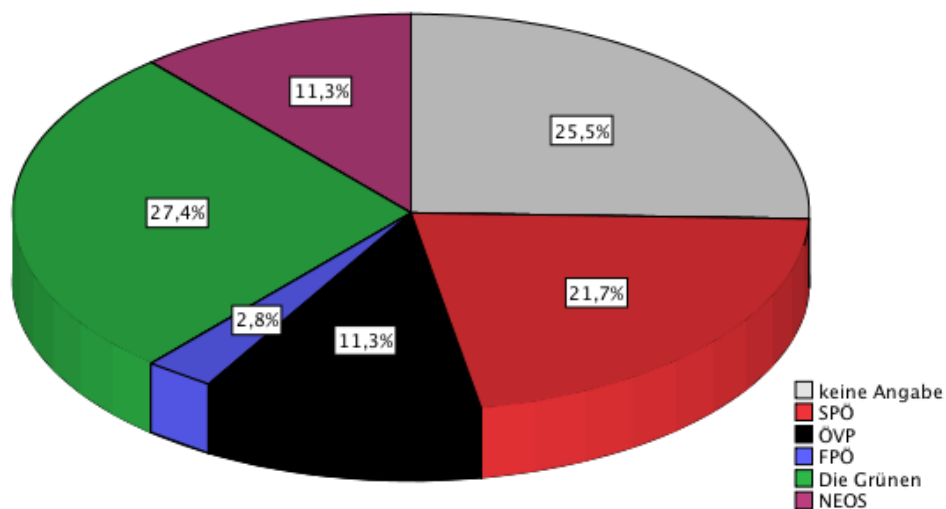


Diagramm 4: Parteipräferenz der Teilnehmenden ($n = 106$)

Anhand der Variable V8_GewählteNationalratspartei (Diagramm 4) wurde die politische Präferenz der Befragten erhoben und in Diagramm 5 dargestellt. Anzumerken ist, dass 27 (25,5%) der Teilnehmenden hierzu keine Angabe gemacht haben. Für spätere Analysen wurden diese Präferenzen im Parteispektrum in „mitte-links“ (SPÖ, Die Grünen, NEOS) und „mitte-rechts“ (ÖVP, FPÖ, Team Stronach) zusammengefasst. Somit lag bei 79 gültigen Angaben in 64 (81,0%) Fällen eine „mitte-links“ und in 15 (19,0%) eine „mitte-rechts“ Präferenz vor.

9.3. Beantwortung Forschungsfrage 1

Die erste Forschungsfrage bezog sich darauf, welche Chancen und Gefahren sich durch das journalistische Genre Satire für politische Öffentlichkeit ergeben und inwieweit Satiresendungen herkömmliche Nachrichten-Formate ersetzen. Es wurden hierzu vier Hypothesen aufgestellt.

Hypothese H1 besagt, dass mehr als zwei Drittel der regelmäßigen (monatlich oder öfter) Rezipienten von Satire-Formaten der Berufsgruppe der Journalisten, Autoren und angehenden Journalisten, sich bewusst sind, dass Satire nur einen eingeschränkten Wahrheitsgehalt besitzt, demnach die Wirklichkeit aufbläht, überzieht und teilweise unwahre Aspekte einfließen lässt. Sie wurde anhand der ordinalskalierten Variable V12_HäufigkeitSatirekonsum, die sich auf die Häufigkeit, mit der Satire-Formate konsumiert werden, bezieht, und der nominalskalierten Variablen V18_Wahrheitsgehalt, die erfragt, ob die Umfrageteilnehmer der Meinung sind, dass alle Informationen, die in Sa-

V18_Wahrheitsgehalt * V12_HäufigkeitSatirekonsum Kreuztabelle

		V12_HäufigkeitSatirekonsum						
		täglich	mehrmals wöchentlich	einmal wöchentlich	monatlich	seltener	nie	Gesamt
V18_Wahrheitsgehalt	Ja, ich finde die Informationen sehr überzeugend	1	2	2	0	0	0	5
	Ich denke, dass nicht alle Informationen der Wahrheit entsprechen, sondern ein wahrer Kern überzogen dargestellt wird	1	14	8	8	5	2	38
	Hier werden wahre und komplett erfundene Informationen in einer gemeinsamen Geschichte verpackt	3	9	11	5	2	0	30
Gesamt		5	25	21	13	7	2	73

Tabelle 2: Häufigkeit des Satirekonsums in Bezug auf das Bewusstsein über eingeschränkten Wahrheitsgehalt

tire-Formaten aufgearbeitet werden, der Wahrheit entsprechen. Zur Überprüfung der Hypothese wurde eine Kreuztabelle der beiden Variablen erstellt.

Die Kreuztabelle bezüglich des Bewusstseins über den eingeschränkten Wahrheitsgehalt in Relation zur Häufigkeit des Satire-Konsums (Tabelle 2) zeigt, dass Hypothese 1 der Forschungsfrage 1 bestätigt werden kann. Unter den Untersuchungsteilnehmern gaben 5 (6,8%) Personen an, Satire täglich zu rezipieren, 25 (34,3%) die behaupteten Satire einmal wöchentlich zu rezipieren, sowie 21 (28,8%) mehrmals wöchentliche und 13 (17,8%) monatliche Rezipienten. Insgesamt kann somit unter den Teilnehmern von einer Gesamtmenge von 64 (87,7%) Personen ausgegangen werden, die Satire regelmäßig konsumieren. 31 (48,4%) der Journalisten, Autoren und angehenden Journalisten davon sind der Meinung, dass nicht alle Informationen die im Zuge satirischer Inhalte präsentiert werden der Wahrheit entsprechen, sondern ein wahrer Kern überzogen dargestellt wird. 28 (43,8%) Teilnehmer davon meinen, dass hier wahre und komplett erfundene Informationen in einer gemeinsamen Geschichte verpackt werden. Somit kann festgestellt werden, dass 59 (92,2%) der Befragten regelmäßigen Satire-Rezipienten sich bewusst sind, dass Satire nur einen eingeschränkten Wahrheitsgehalt besitzt, demnach die Wirklichkeit aufbläht, überzieht und teilweise unwahre Aspekte einfließen lässt. Unter Berücksichtigung des entsprechenden 95%-Konfidenzintervalls [85,6%; 98,8%] kann der beobachtete Anteil in der Stichprobe als signifikant höher als die angenommenen 2/3 bezeichnet werden. Für die verbliebenen 59 Fälle, die zumindest monatlichen Satirekonsum aufweisen sowie sich über den eingeschränkten Wahrheitsgehalt bewusst sind, zeigte der entsprechende Chi-Quadrat-Test anhand der interessierenden Kombinationen (rot unterlegt) der Kontingenztafel in Tabelle 3 mit der entsprechenden Prüfgröße χ^2 (korrigiert mittels exaktem Test nach Fisher) = 3.017, $p = .426$ ein nicht signifikantes Ergebnis. Es konnte kein Verteilungsunterschied der Häufigkeit des Satirekonsums bezüglich des empfundenen Wahrheitsgehalts beobachtet werden.

Hypothese H2 behauptet, dass Journalisten, Autoren oder angehende Journalisten, die der Meinung sind, satirische Inhalte immer oder zumindest meistens zu verstehen, ebenso der Meinung sind, dass für das Verständnis satirischer Inhalte ein gewisses politisches bzw. gesellschaftliches Vorwissen und Wissen über das aktuelle Weltgeschehen immer oder zumindest meistens essentiell ist. Hierzu wurden die nominalskalierten Variablen V19_Verständnis, die erhob, ob die Teilnehmer das Gefühl haben, die in Satire-Formaten dargebrachten Informationen zu verstehen, und V20_Vorwissen, die ihre Meinung dazu erfragte, ob für das Verständnis satirischer Inhalte ein gewisses politisches bzw. gesellschaftliches Vorwissen und Wissen über das aktuelle Weltgeschehen essentiell ist, in einer Kreuztabelle analysiert.

V19_Verständnis * V20_Vorwissen Kreuztabelle

		V20_Vorwissen			
		Ja, immer	Ja, meistens	Hin und wieder, kommt ganz auf das Thema an	Gesamt
V19_Verständnis	Ja, immer	7	14	6	27
	Ja, meistens	16	23	5	44
	Hin und wieder, kommt ganz auf das Thema an	1	1	0	2
Gesamt		24	38	11	73

Tabelle 3: Vorwissen für das Verständnis in Bezug auf das Verständnis

Anhand der Kreuztabelle zur Notwendigkeit eines gewissen Grads an Vorwissen für das Verständnis (Tabelle 3) von Satire lässt sich erkennen, dass Hypothese 2 zu Forschungsfrage 1 nicht bestätigt werden kann. Von 73 Teilnehmern, die die Frage beantworteten, waren 71 Teilnehmern der Meinung, Satire immer (27 Teilnehmer, 37,0%) oder zumindest meistens (44 Teilnehmer, 60,3%) zu verstehen. Von eben jenen Teilnehmern, gaben zwar 60 (84,5%) an, davon überzeugt zu sein, dass ein politisches und gesellschaftliches Vorwissen zum Verständnis der Satire notwendig ist. Das entsprechenden 95%-Konfidenzintervall lag zwischen 76,1% und 92,9%, womit nicht alle der Befragten der Meinung sind, dass ein Vorwissen immer oder meistens zum Verständnis der Satire erforderlich ist. Für die verbliebenen 60 Fälle, die angaben, dass zumindest ein überwiegendes Verständnis vorliegt und auch zumeist Vorwissen nötig ist, zeigte der entsprechende Chi-Quadrat-Test anhand der interessierenden Kombinationen (rot unterlegt) der Kontingenztafel in Tabelle 4 mit der entsprechenden Prüfgröße $\chi^2(1) = 0.342, p = .559$ ein nicht signifikantes Ergebnis. Es konnte kein Verteilungsunterschied des Vorwissens bezüglich des Verständnisses beobachtet werden.

Hypothese H3 besagt, dass von jenen befragten Personen, die einen Hochschulabschluss besitzen, mehr als die Hälfte davon überzeugt ist, dass Satire die Chance bietet, mehr Menschen auf der Welt kritische Ereignisse und Vorgänge zu vermitteln. Hintergrund ist, dass die Satire, die Inhalte in aufgelockerter, leicht verständlicher und unterhaltender Form präsentiert, keine Tabus kennt und sich ihre Rezipienten zum Verständnis zusätzlich auch anderweitig informieren müssen. Die Reaktionen auf die Variablen V26_BewusstseinWeltgeschehen, ob die Teilnehmer einerseits denken, dass Satire die Chance bietet, mehr Menschen kritische Ereignisse und Vorgänge in der Welt zu vermitteln und V4_Schulabschluss, die den Schulabschluss der Teilnehmer erhob, ergab sich anhand der Kontingenztafel in Tabelle 5 folgendes Ergebnis.

V26_BewusstseinWeltgeschehen * V4_Schulabschluss Kreuztabelle

		V4_Schulabschluss					
		kein Abschluss	Realschulabschluss/ Polytechnische Oberschule	(Fach-) Matura	Hochschulabschluss	anderer Abschluss	Gesamt
V26_BewusstseinWeltgeschehen	1	0	1	10	33	0	44
	2	1	1	5	11	1	19
	3	0	0	2	7	1	10
	4	0	0	0	1	0	1
Gesamt		1	2	17	52	2	74

Tabelle 4: Schulabschluss in Bezug auf die Chance der Satire Weltgeschehnisse zu vermitteln

Hypothese 3 kann anhand der Ergebnisse aus Tabelle 4 bestätigt werden. Von insgesamt 74 Teilnehmern verfügten zum Erhebungszeitpunkt 52 (70,3%) über einen Hochschulabschluss. Hiervon haben 33 (63,5%) Journalisten, Autoren und angehende Journalisten die Antwortmöglichkeit „Ja, da sie die Inhalte in aufgelockerter, leicht verständlicher und unterhaltender Form präsentieren und sich ihre Rezipienten zum Verständnis zusätzlich auch anderweitig informieren müssen.“ gewählt. Ein Teilnehmer gab die Antwort „Ja, weil sie keine Tabus kennt.“ 34 (65,4%) der Teilnehmer mit Hochschulabschluss waren somit der Meinung, dass Satire die Chance bietet, mehr Menschen mit ihrer speziellen Art, Informationen zu präsentieren, für das Geschehen in der Welt zu interessieren und ihnen kritische Ereignisse und Vorgänge in der Welt bewusst zu machen. Unter Berücksichtigung des entsprechenden 95%-Konfidenzintervalls [52,5%; 78,3%] kann der beobachtete Anteil in der Stichprobe als signifikant höher als die angenommenen 50% bezeichnet werden.

Hypothese 4 bezieht sich auf das Zitat des Juristen Jan Hedde (2016), der in dem Spiegel-Artikel „Das ist Satire“ meinte: „Satire ist ein Transportmittel für Aussagen, die anders nicht bewegt werden können.“ (Hedde, 2016) Sie besagt, dass jene Teilnehmer, die der definitiven Meinung sind, dass ungebildete oder desinteressiertere Menschen anfälliger darauf sind, satirische Inhalte falsch zu verstehen, diesem Zitat nicht oder nur teilweise zustimmen würden. Zur Auswertung wurden die Variablen V28_VerständnisBildung, die erhob ob die Teilnehmer der Meinung sind, dass ungebildete oder desinteressiertere Menschen anfälliger darauf sind, satirische Inhalte falsch zu verstehen, und V29_HeddeTransportmittel, die sich auf das eben genannte Zitat und die Zustimmung der Umfrageteilnehmer dazu bezieht, in einer Kreuztabelle zusammengefasst.

V28_VerständnisBildung * V29_HeddeTransportmittel Kreuztabelle

		V29_HeddeTransportmittel			
		Ja	Nur teilweise	Nein	Gesamt
V28_Verständnis Bildung	Ja, auf jeden Fall	15	21	4	40
	Kommt ganz auf das Thema und die Satiriker an	8	12	1	21
	Nein, nicht der Bildungsgrad, sondern das Interesse am Weltgeschehen sind entscheidend	2	6	3	11
Gesamt		25	39	8	72

Tabelle 5: Transportmittel in Bezug auf das vom Bildungsgrad abhängige Verständnis der Satire

Die Analyse anhand von 72 Fällen auf Grundlage der Tabelle 5 ergab, dass Hypothese 4 zu Forschungsfrage 1 verworfen werden muss. Von gesamten 40 Teilnehmern, welche die Frage, ob ungebildete oder desinteressiertere Menschen anfälliger darauf sind, satirische Inhalte falsch zu verstehen, mit der eindeutigen Antwort „Ja, auf jeden Fall“ beantworteten, würden mehr als die Hälfte, 25 (62,5%) Teilnehmer dem Zitat Jan Heddes (2016) nicht (vollständig) zustimmen. Das entsprechenden 95%-Konfidenzintervall lag jedoch zwischen 47,5% und 77,5%, womit nicht alle der Befragten dieser angenommenen Meinung sind. Somit ist die Hypothese nicht zu übernehmen.

Hypothese 5 besagt, dass ein Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des Nachrichtenkonsums mit jener des Satirekonsums angenommen werden kann. Es wurden die Variablen V10_Häufigkeit-

V10_HäufigkeitNachrichtenkonsum * V12_HäufigkeitSatirekonsum Kreuztabelle

		V12_HäufigkeitSatirekonsum						Gesamt
		täglich	mehrmals wöchentlich	einmal wöchentlich	monatlich	seltener	nie	
V10_Häufigkeit Nachrichtenkonsum	täglich	7	15	13	8	5	4	52
	mehrmals wöchentlich	0	9	10	4	2	2	27
	einmal wöchentlich	0	2	1	0	0	0	3
	monatlich	0	0	1	0	0	1	2
	seltener	0	0	1	1	0	0	2
	nie	0	0	0	1	0	0	1
Gesamt		7	26	26	14	7	7	87

Tabelle 6: Häufigkeiten von Nachrichten- und Satirekonsum

Nachrichtenkonsum und V12_HäufigkeitSatirekonsum herangezogen, um die Assoziation zwischen diesen beiden Angaben zu prüfen.

Aus der Kontingenztafel (Tabelle 6) der ordinalskalierten Variablen V10_HäufigkeitNachrichtenkonsum und V12_HäufigkeitSatirekonsum, welche die Häufigkeiten des Konsum von Nachrichten- und Satireformaten erhob, zeigte sich, dass 79 (90,8%) der Teilnehmer angaben, herkömmliche Nachrichtenformate regelmäßig und in relativ kurzen Abständen, somit täglich oder mehrmals wöchentlich, zu konsumieren, um über das aktuelle Weltgeschehen informiert zu sein. Demgegenüber würden 33 (37,9%) der Teilnehmer in den gleichen Zeiträumen dasselbe für den Satirekonsum behaupten. Die Prüfung des Zusammenhangs von Nachrichten- und Satirekonsum anhand des entsprechenden Assoziationsmaßes Cramer's $V = ,224$, $p = ,649$ ergab ein nicht signifikantes Ergebnis. Die Häufigkeit des Nachrichtenkonsums steht in keinem Zusammenhang mit dem Satirekonsum. Die Hypothese 5 ist demnach zurückzuweisen. Zusätzlich zeigt der entsprechende McNemar-Test mit $\chi^2(13) = 61,333$, $p < ,001$, dass anhand des signifikanten Ergebnisses geschlossen werden kann, dass der Nachrichtenkonsum mit Satirekonsum einhergehen kann, dass aber alleiniger Satirekonsum ohne Nachrichtenkonsum kaum zu beobachten ist. Die Annahme, dass Satireformate herkömmliche Nachrichtenformate derzeit ersetzen können, war nicht zu bestätigen.

9.3.1.Fazit Forschungsfrage 1

Die Forschungsfrage 1 „Welche Chancen und Gefahren für politische Öffentlichkeit ergeben sich durch das journalistische Genre Satire? Inwieweit ersetzen Satiresendungen herkömmliche Nachrichten-Formate?“ wurde zum Teil bereits im theoretischen Teil der Arbeit erörtert. Durch die Umfrageanalyse, bei der Journalisten, Autoren und angehende Journalisten befragt wurden, kann jedoch das zusätzliche Fazit gezogen werden, dass sich die Mehrheit der Befragten regelmäßigen Satire-Rezipienten bewusst ist, dass Satire nur einen eingeschränkten Wahrheitsgehalt besitzt, pointierte, überspitzte Aussagen macht und die Informationen teilweise ausschmückt. Der Großteil der Angehörigen dieser Berufsgruppe ist der Meinung, die dargebrachten Inhalte immer oder zumindest meistens zu verstehen und ist sich darüber bewusst, dass für das Verständnis satirischer Inhalte ein gewisses politisches bzw. gesellschaftliches Vorwissen und Wissen über das aktuelle Weltgeschehen ebenso immer oder zumindest meistens essentiell ist.

V31_TucholskySatire

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ich stimme dem Zitat bedingungslos zu, Satire ist eine Kunstform und hat somit verschiedene Rechte	28	26,4	38,9	38,9
	Ich stimme dem Zitat zu, solange Satire einen wahren Kern behält und keine Tatsachen verfälscht oder erfindet	26	24,5	36,1	75,0
	Satire sollte nicht alles dürfen, sondern sollte sich an ein Regelbuch wie den Pressekodex halten	16	15,1	22,2	97,2
	Es kommt ganz darauf an, welche Inhalte satirisch behandelt werden, es gibt Tabuthemen	2	1,9	2,8	100,0
	Gesamt	72	67,9	100,0	
Fehlend	keine Angabe	34	32,1		
Gesamt		106	100,0		

Tabelle 7: Häufigkeit der Zustimmung zu Tucholsky-Zitat

Von den Teilnehmenden wurden 54 (75,0%, siehe Tabelle 7) zudem Kurt Tucholskys viel diskutiertem Zitat „Was darf Satire? - Alles.“ bedingungslos oder unter Vorbehalt, dass die Satire einen wahren Kern behält und keine Tatsachen verfälscht oder erfindet, zustimmen.

Mehr als die Hälfte der Teilnehmer mit Hochschulabschluss, der heutzutage oft mit einer liberaleren Weltanschauung und einem kritischem Denken, dass durch Hochschulen gefördert wird, einhergeht, sieht in Satire die Chance, mehr Menschen mit ihrer speziellen, aufgelockerten Art, Informationen zu präsentieren und das Nichtvorhandensein von Tabus, für das Geschehen in der Welt zu interessieren und ihnen kritische Ereignisse und Vorgänge in der Welt bewusst zu machen. Ebenso mehr als die Hälfte der Befragten, hält jedoch Satire in Verbindung mit einem niedrigen Bildungsgrad und Desinteresse am politischen und gesellschaftlichen Geschehen in der Welt für eine Gefahr, da sie sie diese bezeichneten Personen für anfälliger hält, satirische Inhalte falsch zu verstehen. Die Behauptung des Juristen Jan Hedde, Satire wäre ein „Transportmittel für Aussagen, die anders nicht bewegt werden können“, wird jedoch von 64 (88,9%) der teilnehmenden Befragten vollständig oder teilweise unterstützt.

Es konnte aufgrund der Analyseergebnisse geschlossen werden, dass die Annahme, Satireformate könnten bereits dabei sein, herkömmliche Nachrichtenformate zu ersetzen, für Österreich nicht zu-

trifft. Während der Großteil der Befragten herkömmliche Nachrichtenformate konsumiert, gilt dies nur für weniger als die Hälfte der Satirerezipienten. Zudem kann zwar herkömmlicher Nachrichtenkonsum mit dem Konsum von Satire einhergehen. Dass jedoch Satire konsumiert wird, ohne dass gleichzeitig auch herkömmliche Nachrichten rezipiert werden konnte nicht empirisch belegt werden. Zusätzlich wurden die nominalskalierten Variablen V9_MediumzurInformationsbeschaffung, die das häufigst verwendete Medium zur Informationsbeschaffung über herkömmliche Nachrichtenformate, und V13_MedienSatire, die ebenso das häufigst benutzte Medium für den Konsum von Satire erfragte, anhand einer Kontingenztafel (Tabelle 8) dargestellt.

V9_MediumzurInformationsbeschaffung * V13_MedienSatire Kreuztabelle

		V13_MedienSatire			
		Internet	Fernseher	Zeitungen	Gesamt
V9_Mediumzur Informationsbes chaffung	TV	3	3	0	6
	Radio	0	3	0	3
	Internet/ Online-Formate (PC/ Laptop/ Handy)	52	7	2	61
	Print-Formate	4	5	0	9
	andere	0	1	0	1
Gesamt		59	19	2	80

Tabelle 8: Medien zur Informationsbeschaffung und zum Satirekonsum

Es lässt sich die zunehmende Relevanz des Internets daran erkennen, dass von 80 Teilnehmern sowohl 61 (76,3%) angaben, Nachrichten als auch 59 (73,8%) Satire über das Internet zu konsumieren. 52 (65,0%) beziehen vorwiegend über diesen Medienkanal sowohl Nachrichten als auch Satire.

Wie in den Diagrammen 5 und 6 erkennbar, sind die beliebtesten Nachrichten- und Satireformate im deutschsprachigen Raum, welche die Teilnehmer aus verschiedenen Gründen rezipieren, einerseits Online- und TV-Formate, sowie andererseits österreichische und deutsche Satire-Shows wie *Willkommen Österreich* mit Stermann & Grisse mann oder die deutsche *heute show* mit Oliver Welke und vornehmlich österreichische und deutsche Satirezeitungen, wie etwa die *Tagespresse* oder der *Postillon*.

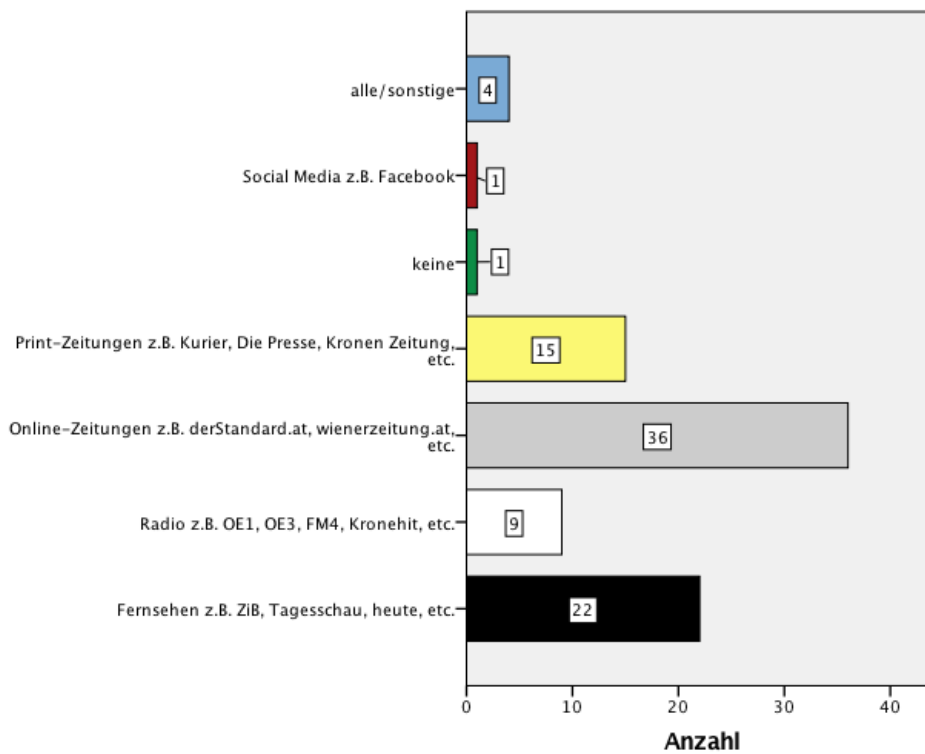


Diagramm 5: V11_Nachrichtenformate: Medien zur Informationsbeschaffung

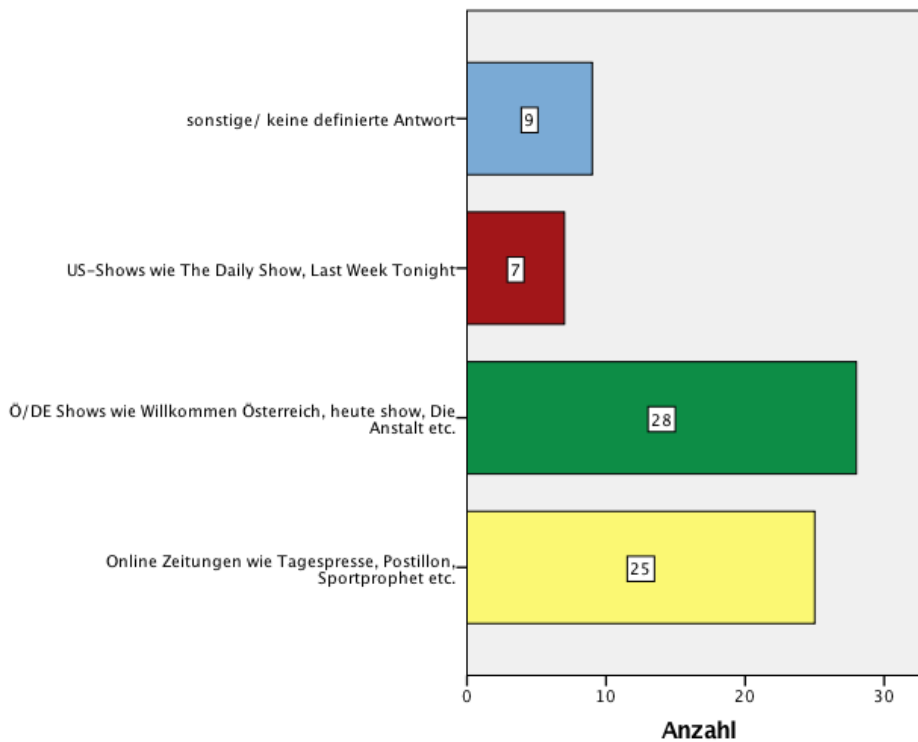


Diagramm 6: V14_Satireformate Häufigkeiten

9.4. Beantwortung Forschungsfrage 2

Die zweite Forschungsfrage bezog sich auf den Zusammenhang zwischen politischer Ausrichtung und dem Satirekonsum der befragten Zielgruppe. In diesem Kontext wurde vermutet, da Satireformate in den Medien mittlerweile allgegenwärtig sind, auch Journalisten in ihrer politischen Meinung von Satire beeinflusst werden. Zur Beantwortung von Forschungsfrage 2 wurden fünf Hypothesen erstellt, die im Folgenden überprüft werden.

Hypothese 1 zu Forschungsfrage 2 nimmt an, dass in Abhängigkeit der politischen Einstellung der Befragten ein Unterschied in der Ansicht, ob Satire eine Art der Hetze oder Polarisierung betreibt, besteht. Um diesen Zusammenhang zu überprüfen, wurden die politische Einstellung (kategorisiert in „mitte-links“ [SPÖ, Die Grünen, NEOS] und „mitte-rechts“ [ÖVP, FPÖ, Team Stronach] aus der nominalskalierten Variable V8_GewählteNationalratspartei) und Variable V27_HetzePolarisierung, zur Erfassung, ob Satire als eine Art von Hetze oder Polarisierung der Gesellschaft empfunden wird, in einer Kreuztabelle (Tabelle 9) zusammengefasst. Es wurde angenommen, dass politische mitte-rechts Wähler Satire eher als aufhetzend empfinden, da ihre Meinungen hier nicht vertreten werden.

Pol_Ausrichtung * V27_HetzePolarisierung Kreuztabelle

			V27_HetzePolarisierung				
			1	2	3	4	Gesamt
Pol_Ausrichtung	mitte-links	Anzahl	13	18	19	1	51
		%	25,5 %	35,3 %	37,3 %	2,0 %	100,0 %
	mitte-rechts	Anzahl	0	4	7	0	11
		%	0,0 %	36,4 %	63,6 %	0,0 %	100,0 %
Gesamt		Anzahl	13	22	26	1	62
		%	21,0 %	35,5 %	41,9 %	1,6 %	100,0 %

Tabelle 9: Empfindung zur Wirkung von Satire in Abhängigkeit der politischen Ausrichtung

Anmerkung zu V27_HetzePolarisierung:

1 = Nein, Tatsachen kritisch zu beleuchten ist weder Hetze noch eine Art der Polarisierung

2 = Nein, allerdings könnten Rezipienten, die die Inhalte nicht oder nicht richtig verstehen es als Hetze auffassen

3 = Es variiert vor allem zwischen den verschiedenen Satirikern und auch der Ausrichtung der Medien

4 = Ja, Satire hat durch die geübte Kritik einen stark beeinflussenden und aufhetzenden Charakter

Die entsprechende Prüfgröße fiel mit χ^2 (korrigiert mittels exaktem Test nach Fisher) = 4.793, $p = .191$ nicht signifikant aus. Die Auswertung zu Hypothese 1 der zweiten Forschungsfrage ergab, dass

die Hypothese nicht bestätigt werden kann. Es konnte kein bedeutender Verteilungsunterschied des Empfindens der polarisierenden Wirkung der Satire in Abhängigkeit der politischen Einstellung der Befragten beobachtet werden. Anzumerken ist, dass in der Stichprobe die Kategorie 1 (*nein, Tatsachen kritisch zu beleuchten ist weder Hetze noch eine Art der Polarisierung*) von Befragten, die sich politisch „mitte-rechts“ zuordnen, nicht gewählt wurde, während Kategorie 3 (*es variiert vor allem zwischen den verschiedenen Satirikern und auch der Ausrichtung der Medien*) von diesen relativ häufiger angeführt wurde.

Hypothese 2 besagt, dass ein Zusammenhang zwischen dem Zweck, zu dem die Befragten Satire verfolgen, und deren politischer Ausrichtung besteht. Um die Hypothese zu prüfen, wurde eine Kreuztabelle anhand der Variablen V8_GewählteNationalratspartei, die in die politischen Spektren „mitte-links“ und „mitte-rechts“ kategorisiert wurde, und V16_ZweckSatirekonsum, die den Grund für Satirekonsum erfragte, erstellt (Tabelle 10). Es wurde angenommen, dass „mitte-links“ Wähler satirische Inhalte eher als unterhaltsam empfinden und sie deshalb neben der Informationsgewinnung häufiger aus Gründen der Unterhaltung rezipieren.

Pol_Ausrichtung * V16_ZweckSatirekonsum Kreuztabelle

			V16_ZweckSatirekonsum				Gesamt
			1	2	3	4	
Pol_Ausrichtung	mitte-links	Anzahl	45	5	0	1	51
		%	88,2 %	9,8 %	0,0 %	2,0 %	100,0 %
	mitte-rechts	Anzahl	7	1	1	2	11
		%	63,6 %	9,1 %	9,1 %	18,2 %	100,0 %
Gesamt		Anzahl	52	6	1	3	62
		%	83,9 %	9,7 %	1,6 %	4,8 %	100,0 %

Tabelle 10: Beweggründe zum Konsum von Satire in Abhängigkeit der politischen Ausrichtung

Anmerkung zu V16_ZweckSatirekonsum:

1 = Unterhaltung

2 = Informationsquelle

3 = Sie sind allgegenwärtig, sich ihnen komplett zu entziehen ist quasi unmöglich.

4 = Ich verfolge sie nicht.

Die entsprechende Prüfgröße fiel mit χ^2 (korrigiert mittels exaktem Test nach Fisher) = 8.250, $p = .028$ signifikant aus. Es konnte ein Verteilungsunterschied der Beweggründe zum Konsum von Sati-

re in Abhängigkeit der politischen Ausrichtung gezeigt werden. Auffällig ist, dass „mitte-links“ Wähler Satire häufiger (88,2%) gegenüber „mitte-rechts“ Wählern (63,6%) zu Unterhaltungszwecken konsumieren. Hypothese 2 kann übernommen werden.

Hypothese 3 vertritt die Annahme, dass ein Unterschied in der politischen Einstellung der Befragten im Vergleich zu deren Selbsteinschätzung des Grads der Beeinflussung durch Satire angenommen werden kann. Um diese Annahmen zu überprüfen, wurde eine Kreuztabelle (Tabelle 11) der kategorisierten politischen Einstellung (V8_GewählteNationalratspartei) und Variable V21_BeeinflussungpolitEinstellung, welche die genannte Selbsteinschätzung der Beeinflussung erfragte, erstellt. Es wurde angenommen, dass „mitte-links“ Wähler nach ihrer Selbsteinschätzung stärker durch Satire beeinflusst werden, da Satire aufgrund ihrer politisch linken Orientierung ihre Meinungen vertritt.

Pol_Ausrichtung * V21_BeeinflussungpolitEinstellung Kreuztabelle

			V21_BeeinflussungpolitEinstellung			
			Ja	Nein	Darüber habe ich mir noch keine Gedanken gemacht	Gesamt
Pol_Ausrichtung	mitte-links	Anzahl	19	21	10	50
		%	38,0 %	42,0 %	20,0 %	100,0 %
	mitte-rechts	Anzahl	1	8	2	11
		%	9,1 %	72,7 %	18,2 %	100,0 %
Gesamt		Anzahl	20	29	12	61
		%	32,8 %	47,5 %	19,7 %	100,0 %

Tabelle 11: Beeinflussung der politischen Einstellung durch Satire in Abhängigkeit der politischen Einstellung

Die entsprechende Prüfgröße fiel mit χ^2 (korrigiert mittels exaktem Test nach Fisher) = 4.013, $p = .136$ nicht signifikant aus. Es konnte kein Verteilungsunterschied bezüglich der Beeinflussung der politischen Einstellung durch Satire in Abhängigkeit der politischen Einstellung der Befragten beobachtet werden. Die Hypothese 3 der zweiten Forschungsfrage kann nicht bestätigt werden. Anzumerken ist jedoch, dass sich in der Stichprobe die Befragten, die sich politisch „mitte-links“ zuordnen, dennoch tendenziell häufiger als „mitte-rechts“ Wähler durch Satire beeinflusst fühlen, beobachtet werden konnte.

Im Zuge einer Häufigkeitsanalyse wurde zudem die Variable V22_MeinungpolitEinstellung ausgewertet. Die Frage erhebt in einem offenen Antwortformat die Meinungen, warum die Teilnehmenden annehmen, (nicht) durch Satire beeinflusst zu werden.

V22_MeinungpolitEinstellung

		Häufigkeit	Gültige Prozepte
Gültig	Kritik am Weltgeschehen, neue Sichtweisen	11	37,9
	Satire dient nur der Unterhaltung	5	17,2
	Zur Meinungsbildung dienen seriöse Nachrichten/Summe aller Informationen	4	13,8
	idR. werden linke bzw. nicht-konservative Positionen vertreten mit denen ich mich besser identifizieren kann.	3	10,3
	Weil ich ausländische Satireformate rezipiere	2	6,9
	hat keinerlei Einfluss	4	13,8
	Gesamt	29	100,0
Fehlend	keine Angabe	77	
Gesamt		106	

Tabelle 12: Häufigkeiten und Anteilswerte zum offenen Antwortformat zur Beeinflussung durch Satire

Von 77 (72,6%) der Befragten konnten hierzu keine Reaktionen beobachtet werden. Von den 29 (27,6%) Teilnehmenden mit Antworten konnten folgende, in sechs Kategorien zusammengefasste, Meinungen erhoben werden (Tabelle 12). Als vergleichsweise häufigste Reaktion wurde die Kritik am Weltgeschehen in Verbindung mit der Darbietung neuer Sichtweisen angeführt.

Hypothese 4 postuliert, dass ein Unterschied in der Häufigkeit des Konsums von Satireformaten im Vergleich von Wählern des politischen „mitte-links“ Spektrums gegenüber jenen des politischen „mitte-rechts“ Spektrums besteht. Es wurde zur Analyse eine Kreuztabelle (Tabelle 13) der Variable V12_HäufigkeitSatirekonsum und der kategorisierten politischen Einstellung nach Variable V8_GewählteNationalratspartei erstellt. Angenommen wurde, dass aufgrund der tendenziell linken Orientierung der Satire die Wähler des politischen „mitte-links“ Spektrums häufiger Satire rezipieren als jene des politischen „mitte-rechts“ Spektrums.

Die entsprechende Prüfgröße fiel mit χ^2 (korrigiert mittels exaktem Test nach Fisher) = 8.368, $p = .087$ tendenziell signifikant aus. Es konnte ein Trend zu einem Verteilungsunterschied bezüglich der Häufigkeit des Satirekonsums in Abhängigkeit der politischen Einstellung der Befragten beobachtet werden. Die Hypothese 4 der zweiten Forschungsfrage kann unter dem Aspekt der tendenzi-

Pol_Ausrichtung * V12_HäufigkeitSatirekonsum Kreuztabelle

			V12_HäufigkeitSatirekonsum						Gesamt
			täglich	mehrmals wöchentlich	einmal wöchentlich	monatlich	seltener	nie	
Pol_Ausrichtung	mitte-links	Anzahl	6	18	22	8	4	1	59
		%	10,2 %	30,5 %	37,3 %	13,6 %	6,8 %	1,7 %	100,0 %
	mitte-rechts	Anzahl	1	5	2	2	1	3	14
		%	7,1 %	35,7 %	14,3 %	14,3 %	7,1 %	21,4 %	100,0 %
Gesamt		Anzahl	7	23	24	10	5	4	73
		%	9,6 %	31,5 %	32,9 %	13,7 %	6,8 %	5,5 %	100,0 %

Tabelle 13: Häufigkeiten und Anteilswerte des Satirekonsums in Abhängigkeit der politischen Einstellung

ellen Signifikanz übernommen werden. Dies bedeutet, dass der Satirekonsum bei „mitte-links“-Wählern vergleichsweise etwas häufiger vorliegt.

Die **5. Hypothese** besagt, dass ein Unterschied in der persönlichen Einstellung der Befragten zum Grund für den Aufschwung der Satire bezüglich der Befürwortung der Existenz von Satire besteht. Es kann vermutet werden, dass der Anteil jener Befragten, die der Meinung sind, dass der Aufschwung der Satire durch die zunehmenden politischen Spannungsverhältnisse der Gesellschaft resultiert, die Existenz aller Satire-Formate oder zumindest jener satirischen Formate befürworten, bei denen der seriöse und wahre Kern noch erkennbar ist, höher ist als jener, der den Aufschwung durch eine gesteigerte Medienpräsenz oder dem Wunsch nach einfachen und unterhaltsamen Infos aufgrund eines Informationsüberflusses sieht. Die Variablen V24_GrundpolitSpaltung und V25_BefürwortungExistenz wurden zu einer Kreuztabelle (Tabelle 14) zusammengefasst.

45 (64,3%) von 70 Befragten befürworteten die Existenz der Satire aufgrund ihres Beitrags zur Vielfalt der Informationsmedien. Der Aufschwung der Satire resultiert für 38 (54,3%) der Befragten daraus, dass sie auf die zunehmenden politischen Spannungsverhältnisse in der Gesellschaft reagiert. Die entsprechende Prüfgröße fiel mit χ^2 (korrigiert mittels exaktem Test nach Fisher) = 19.267, $p < .001$ signifikant aus. Es konnte ein Verteilungsunterschied der Befürwortung von Satire in Bezug auf die gesellschaftspolitischen Rahmenbedingungen dahingehend beobachtet werden, dass jene Teilnehmenden, die zur Befürwortung von Satire Kategorie 2 „Ich befürworte nur die Existenz jener satirischen Formate, bei denen der seriöse und wahre Kern noch erkennbar ist“ wählten, auch überproportional häufig eine „andere Meinung“ für den Aufschwung der Satire anführten. Unter diesem Aspekt kann die Hypothese 5 der Forschungsfrage 2 übernommen werden.

V24_GrundpolitSpaltung * V25_BefürwortungExistenz Kreuztabelle

			V25_BefürwortungExistenz			
			1	2	3	Gesamt
V24_GrundpolitSpaltung	1	Anzahl	29	8	1	38
		%	76,3 %	21,1 %	2,6 %	100,0 %
	2	Anzahl	14	4	0	18
		%	77,8 %	22,2 %	0,0 %	100,0 %
	3	Anzahl	2	9	3	14
		%	14,3 %	64,3 %	21,4 %	100,0 %
Gesamt		Anzahl	45	21	4	70
		%	64,3 %	30,0 %	5,7 %	100,0 %

Tabelle 14: Häufigkeiten und Anteilswerte der Befürwortung zur Existenz der Satire bezüglich gesellschaftspolitischer Rahmenbedingungen

Anmerkung V24_GrundpolitSpaltung:

1 = Ja, da Satire auf die zunehmenden politischen Spannungsverhältnisse der Gesellschaft reagiert

2 = Nein, der Aufschwung resultiert alleine durch eine gesteigerte Medienpräsenz

3 = Ich bin anderer Meinung

Anmerkung V25_BefürwortungExistenz:

1 = Ja, sie tragen zur Vielfalt der Informationsmedien bei und beleuchten Themen kritisch und in aufgelockerter Weise

2 = Ich befürworte nur die Existenz jener satirischen Formate, bei denen der seriöse und wahre Kern noch erkennbar ist

3 = Ich bin anderer Meinung

Um nun die Antwortkategorie 3 „Ich bin anderer Meinung“ jeweils für beide Variablen detailliert aufzuschlüsseln, wurden die hierzu abgegebenen Reaktionen in Subkategorien, deren Bedeutungen in den Tabellenanmerkungen angeführt sind, zusammengefasst. Tabelle 15 zeigt diese aufgeschlüsselten Kombinationen in farbiger Unterlegung.

V24_GrundpolitSpaltung * V25_BefürwortungExistenz Kreuztabelle

			V25 BefürwortungExistenz				Gesamt
			1	2	3	4	
V24_GrundpolitSpaltung	1	Anzahl	29	8	1	0	38
		%	76,3 %	21,1 %	2,6 %	0,0 %	100,0 %
	2	Anzahl	14	4	0	0	18
		%	77,8 %	22,2 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %
	3	Anzahl	1	2	1	1	5
		%	20,0 %	40,0 %	20,0 %	20,0 %	100,0 %
	4	Anzahl	1	2	0	0	3
		%	33,3 %	66,7 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %
	5	Anzahl	0	3	0	0	3
		%	0,0 %	100,0 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %
	6	Anzahl	0	2	0	0	2
		%	0,0 %	100,0 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %
	7	Anzahl	0	0	1	0	1
		%	0,0 %	0,0 %	100,0 %	0,0 %	100,0 %
Gesamt		Anzahl	45	21	3	1	70
		%	64,3 %	30,0 %	4,3 %	1,4 %	100,0 %

Tabelle 15: Häufigkeiten und Anteilswerte der Befürwortung zur Existenz der Satire bezüglich gesellschaftspolitischer Rahmenbedingungen

Anmerkungen V24_GrundpolitSpaltung:

1 = Ja, da Satire auf die zunehmenden politischen Spannungsverhältnisse der Gesellschaft reagiert

2 = Nein, der Aufschwung resultiert alleine durch eine gesteigerte Medienpräsenz

3 = Satire ist nicht im Aufschwung, sie entwickelt sich nur weiter/ Schwerpunktthemen verlagern sich

4 = aktueller, leichter verfügbar, quantitative Zunahme durch Social Media etc.

5 = Informationsüberfluss resultiert im Wunsch nach einfachen und unterhaltsamen Infos

6 = "politische Spaltung" nicht existent/ hat nichts damit zu tun

7 = Satire reagiert auf alle Arten gesellschaftlicher Entwicklungen

Anmerkungen V25_BefürwortungExistenz:

1 = Ja, sie tragen zur Vielfalt der Informationsmedien bei und beleuchten Themen kritisch und in aufgelockerter Weise

2 = Ich befürworte nur die Existenz jener satirischen Formate, bei denen der seriöse und wahre Kern noch erkennbar ist

3 = Im Wandel der Zeit führt kein Weg an satirischen Inhalten vorbei.

4 = Ja, zur Unterhaltung

9.4.1. Fazit Forschungsfrage 2

Die zweite Forschungsfrage bezog sich auf den Zusammenhang zwischen politischer Ausrichtung und dem Satirekonsum der befragten Zielgruppe der Journalisten, Autoren und angehenden Journalisten. Wie angenommen wurde, rezipieren „mitte-links“ (SPÖ, Die Grünen, NEOS) Wähler Satire häufiger als die Wähler des politischen „mitte-rechts“ (ÖVP, FPÖ, Team Stronach) Spektrums. Die Annahme, dass politische „mitte-rechts“ Wähler Satire eher als aufhetzend empfinden, da ihre Meinungen hier nicht vertreten werden, konnte jedoch nicht nachgewiesen werden. Dennoch würde keiner jener Wähler, die kritische Beleuchtung bestimmter Tatsachen als eindeutig nicht aufhetzend oder nicht polarisierend bezeichnen - sie sind eher der Meinung, dass dies vor allem zwischen den verschiedenen Satirikern und auch der Ausrichtung der Medien und der Satire variiert. Weiters konnte die Annahme bestätigt werden, dass „mitte-links“ Wähler offenbar satirische Inhalte als unterhaltsamer empfinden, denn sie konsumieren Satire öfter zur Unterhaltung als „mitte-rechts“ Wähler. Jene Befragten, die sich politisch „mitte-links“ zuordnen, fühlen sich zudem tendenziell häufiger als „mitte-rechts“ Wähler durch Satire beeinflusst. Als möglicher, und am häufigsten genannter Grund für die Beeinflussung wurde hierbei die durch Satire dargebrachte Kritik am Weltgeschehen in Verbindung mit der Darbietung neuer Sichtweisen angegeben. Mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer befürworteten die Existenz von Satire, da sie zur Vielfalt der Informationsmedien beiträgt. Möglicherweise kann dies auch durch den verhältnismäßig großen Anteil an Teilnehmern erklärt werden, die den Aufschwung der Satire den zunehmenden Spannungsverhältnissen zuschreiben würden.

9.5. Beantwortung Forschungsfrage 3

Die dritte Forschungsfrage bezog sich auf die Einstellung der Berufsgruppe der Journalisten gegenüber Nachrichten- und Satireformaten. In diesem Zusammenhang wurde vermutet, dass der häufige Konsum von Nachrichten mit einer positiven Einstellung assoziiert ist und häufiger Konsum von Satire mit bestimmten Intentionen in Verbindung gebracht wird. Zudem war von Interesse, ob die

österreichische Medienlandschaft als populistisch empfunden wird. Zur Beantwortung von Forschungsfrage 3 wurden drei Hypothesen erstellt, die im Folgenden überprüft werden.

Hypothese 1 zur dritten Forschungsfrage besagt, dass Teilnehmer, die herkömmliche Nachrichten häufig konsumieren, diesen auch positiv gegenüberstehen. Anzunehmen ist, dass häufige Rezipienten diese für seriöse Informationslieferanten bzw. solche mit Wahrheitsgehalt halten. Im Gegensatz dazu fühlen sich jene Teilnehmer, die Nachrichten monatlich oder seltener konsumieren, möglicherweise durch herkömmliche Nachrichten-Formate nicht ausreichend und nicht objektiv bzw. in populistischer Form informiert. Zur Prüfung dieser Hypothese wurden die nominalskalierten Variablen V10_HäufigkeitNachrichtenkonsum, welche die Häufigkeit des Konsums von herkömmlichen Nachrichtenformaten erhob, und V15_EmpfindungNachrichtekonsum zur Einstellung in einer Kreuztabelle (Tabelle 15) zusammengefasst.

Eine tägliche und mehrmals wöchentliche Konsumhäufigkeit herkömmlicher Nachrichtenformate konnte bei 69 (90,8%) der Teilnehmenden beobachtet werden. Bei 51 (67,1%) konnte eine überwiegend positive Einstellung diesen gegenüber festgestellt werden.

V15_EmpfindungNachrichtenkonsum *
V10_HäufigkeitNachrichtenkonsum Kreuztabelle

			V10_HäufigkeitNachrichtenkonsum						Gesamt
			täglich	mehrmals wöchentlich	einmal wöchentlich	monatlich	seltener	nie	
V15_EmpfindungNachrichtekonsum	positiv	Anzahl	33	17	0	1	0	0	51
		%	64,7 %	33,3 %	0,0 %	2,0 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %
	negativ	Anzahl	12	6	3	0	2	1	24
		%	50,0 %	25,0 %	12,5 %	0,0 %	8,3 %	4,2 %	100,0 %
	neutral	Anzahl	0	1	0	0	0	0	1
		%	0,0 %	100,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %
Gesamt		Anzahl	45	24	3	1	2	1	76
		%	59,2 %	31,6 %	3,9 %	1,3 %	2,6 %	1,3 %	100,0 %

Tabelle 16: Häufigkeiten und Anteilswerte von Nachrichtenkonsum bezüglich der Einstellung gegenüber diesen Formaten

Die entsprechende Prüfgröße fiel mit χ^2 (korrigiert mittels exaktem Test nach Fisher) = 22.630, $p = .012$ signifikant aus. Es konnte ein Verteilungsunterschied in der Häufigkeit der Konsumation von herkömmlichen Nachrichtenformaten bezüglich der Einstellung ihnen gegenüber beobachtet werden. Die Hypothese 1 der Forschungsfrage 3 kann demnach bestätigt werden. Eine positive Einstellung geht mit einer häufigeren Konsumation einher.

Um nun die Antwortkategorien „positiv“ (1-2), „negativ“ (3-5), sowie „neutral“ (6) für die Einstellungen detailliert aufzuschlüsseln, wurden die hierzu abgegebenen Reaktionen in Subkategorien, deren Bedeutungen in den Tabellenanmerkungen angeführt sind, zusammengefasst. Die Tabelle 16 zeigt diese aufgeschlüsselten Kombinationen.

V15_EmpfindungNachrichtekonsum *
V10_HäufigkeitNachrichtekonsum Kreuztabelle

Anzahl								
		V10_HäufigkeitNachrichtekonsum						
		täglich	mehrmals wöchentlich	einmal wöchentlich	monatlich	seltener	nie	Gesamt
V15_Empfindung Nachrichtekonsum	1	31	16	0	1	0	0	48
	2	2	1	0	0	0	0	3
	3	7	4	2	0	0	0	13
	4	5	1	0	0	2	1	9
	5	0	1	1	0	0	0	2
	6	0	1	0	0	0	0	1
Gesamt		45	24	3	1	2	1	76

Tabelle 17: Häufigkeiten und Anteilswerte von Nachrichtekonsum bezüglich der Einstellung gegenüber diesen Formaten

Anmerkungen V15_EmpfindungNachrichtekonsum:

1 = Sie informieren mich über das Weltgeschehen und halten mich in seriöser Form auf dem Laufenden.

2 = Die Informationen werden zwar eher trocken übermittelt, haben aber auf jeden Fall Wahrheitsgehalt.

3 = Herkömmliche Medien selektieren die Informationen die sie an ihre Rezipienten weitergeben zu stark vor.

4 = Ich fühle mich durch Nachrichten-Formate nicht ausreichend und nicht objektiv bzw. in populistisch Form informiert.

5 = Informationsflut zu viel/zu unkompakt

6 = Ich habe mir darüber noch keine Gedanken gemacht

Die **2. Hypothese** postuliert, dass die Beweggründe für den Konsum von Satire in einem Zusammenhang mit der Häufigkeit des Satirekonsums stehen. Zur Analyse wurde eine Kontingenztafel (Tabelle 17) der Variablen V12_HäufigkeitSatirekonsum, zur Erhebung der Häufigkeit des Konsums von Satire und V17_IntentionSatirekonsum, zur Abfrage der Intention, erstellt.

V17_IntentionSatirekonsum * V12_HäufigkeitSatirekonsum Kreuztabelle

			V12_HäufigkeitSatirekonsum						Gesamt
			täglich	mehrmals wöchentlich	einmal wöchentlich	monat lich	seltener	nie	
V17_Intention Satirekonsum	1	Anzahl	1	3	1	1	0	0	6
		%	16,7 %	50,0 %	16,7 %	16,7 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %
	2	Anzahl	0	0	2	0	0	0	2
		%	0,0 %	0,0 %	100,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %
	3	Anzahl	1	5	2	0	2	0	10
		%	10,0 %	50,0 %	20,0 %	0,0 %	20,0 %	0,0 %	100,0 %
	4	Anzahl	0	1	0	0	0	0	1
		%	0,0 %	100,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %
	5	Anzahl	3	14	15	11	4	1	48
		%	6,3 %	29,2 %	31,3 %	22,9 %	8,3 %	2,1 %	100,0 %
	6	Anzahl	0	0	0	0	0	2	2
		%	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %	100,0 %
	7	Anzahl	0	2	0	1	1	0	4
		%	0,0 %	50,0 %	0,0 %	25,0 %	25,0 %	0,0 %	100,0 %
Gesamt		Anzahl	5	25	20	13	7	3	73
		%	6,8 %	34,2 %	27,4 %	17,8 %	9,6 %	4,1 %	100,0 %

Tabelle 18: Häufigkeiten und Anteilswerte von Satirekonsum bezüglich der Intention gegenüber diesem Format

Anmerkung V17_IntentionSatirekonsum:

1 = Da ich der Meinung bin, dass herkömmliche Nachrichten-Formate unzureichend informieren

2 = Da ich aufgrund von Falschmeldungen oder populistischer Meldungen, Nachrichten-Formaten skeptisch gegenüberstehe

3 = Da sie die Nachrichten in lockererer und unterhaltender Form vermitteln und es sich so leichter zuhören lässt

4 = Wenn über Satire gesprochen wird, möchte ich wissen wovon die Rede ist

5 = Ich finde es einfach lustig und sehe es zur Unterhaltung

6 = Ich nutze sie nicht

7 = Ich bin anderer Meinung

Eine tägliche und mehrmals wöchentliche Konsumhäufigkeit von Satireformaten konnte bei 30 (41,1%) der Teilnehmenden beobachtet werden. Die vergleichsweise häufigste Intention war mit 48 (65,8%) Nennungen „Ich finde es einfach lustig und sehe es zur Unterhaltung“.

Die entsprechende Prüfgröße fiel mit χ^2 (korrigiert mittels exaktem Test nach Fisher) = 34.398, $p = .133$ nicht signifikant aus. Die Hypothese 2 der Forschungsfrage 3 ist demnach zurückzuweisen. Es konnte kein Verteilungsunterschied in der Häufigkeit der Konsumation von Satireformaten bezüglich der Beweggründe zu ihrer Nutzung beobachtet, beziehungsweise kein Zusammenhang der Intention mit der Konsumationshäufigkeit von Satire angenommen werden. Bei vier Personen, die alternative Intentionen unter der Kategorie „andere Meinung“ anführten, konnten folgende Reaktionen vermerkt werden: „mutigere Interpretationen/Sprachkultur“ (2 Nennungen), „Langeweile“, sowie „Einordnungshilfe der Informationen“.

Hypothese 3 besagt, dass die überwiegende Mehrheit (zwei Drittel) der befragten Journalisten, Autoren und angehende Journalisten, die österreichischen Medien für nicht populistisch halten. Um diese Annahmen zu überprüfen, wurde die ordinalskalierte Variable V33_ÖMedien, zur Erhebung der Einschätzung des Ausmaßes an Populismus in der österreichischen Medienlandschaft anhand von drei Stufen ($1 = \text{Ja, die meisten österreichischen Medien sind einer Partei zugetan; } 2 = \text{Es gibt durchaus populistische Medien in Österreich, sie halten sich jedoch die Waage; } 3 = \text{Nein, die Mehrheit der österreichischen Medien ist nicht populistisch}$), analysiert.

V33_ÖMedien

		Häufigkeit	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja, die meisten österreichischen Medien sind einer Partei zugetan	18	25,4	25,4
	Es gibt durchaus populistische Medien in Österreich, sie halten sich jedoch die Waage	46	64,8	90,1
	Nein, die Mehrheit der österreichischen Medien ist nicht populistisch	7	9,9	100,0
	Gesamt	71	100,0	
Fehlend	keine Angabe	35		
Gesamt		106		

Tabelle 19: Häufigkeiten und Anteilswerte zur Einschätzung des Ausmaßes an Populismus in österr. Medien

Von 7 (9,9%) der 71 Teilnehmenden wurde die Meinung vertreten, dass österreichische Medien nicht populistisch sind. Unter Berücksichtigung des entsprechenden 95%-Konfidenzintervalls [2,9%; 16,8%] ist die Hypothese 3 der Forschungsfrage 3 zurückzuweisen; die postulierte 2/3-

Mehrheit liegt außerhalb dieses Bereichs. Es kann angenommen werden, dass die österreichischen Journalisten, Autoren und angehenden Journalisten die heimische Medienlandschaft als teilweise (64,8%) oder überwiegend (25,4%) populistisch ansehen (Tabelle 18).

9.5.1. Fazit Forschungsfrage 3

Die dritte Forschungsfrage bezog sich auf die Einstellung der Berufsgruppe der Journalisten gegenüber Nachrichten- und Satireformaten. Die Analyseergebnisse ließen erkennen, dass wie angenommen unter den häufigen Konsumenten herkömmlicher Nachrichtenformate eine überwiegend positive Einstellung diesen gegenüber, folglich die zufriedenstellende Art und Weise über das Weltgeschehen zu informieren und die Menschen in seriöser Form auf dem Laufenden zu halten, sowie wahre Informationen zu veröffentlichen, herrscht. Die Unterhaltung konnte auch hier abermals als vergleichsweise häufigster Beweggrund zur Rezeption von Satireformaten festgestellt werden. Die österreichische Medienlandschaft schließt auch populistische Medien mit ein. Der Großteil der Umfrageteilnehmer vertritt die Meinung, dass sich hierzulande jedoch populistische und nicht-populistische Medien die Waage halten.

IV. RESÜMEE

10. Diskussion

In dieser Studie war es mein Ziel, anhand einer Literaturrecherche sowie einer quantitativen Befragung meine drei übergeordneten Forschungsfragen und die dazugehörigen Hypothesen, zum Thema Satire als Journalismus zu untersuchen und zu überprüfen. Veranschaulichende Erkenntnisse über die Chancen und Gefahren für politische Öffentlichkeit, die sich durch das journalistische Genre Satire ergeben, sollten gewonnen werden. Im Zentrum des empirischen Teils standen dabei die Meinungen und Ansichten einer Zielgruppe, die tagtäglich mit Nachrichten und Medien aller Art in Berührung kommt - Journalisten, Autoren und angehende Journalisten.

Interessante Aspekte ergeben sich durch die Resultate vorliegender Arbeit für die Gesellschaft: Wie eingangs erwähnt, sind die Chancen und Gefahren der politischen Satire relativ schwer zu differenzieren. Vorzufinden ist sie mittlerweile in den verschiedensten Bereichen der Medienlandschaft. Wie auch der Global Web Index (2017) die zusehende Bedeutung von produziertem Content auf Social Media- und Online-Kanälen bestätigt, konnte auch in der Studie nachgewiesen werden, dass

sowohl für herkömmliche Nachrichtenformate, als auch für Satire in Österreich das Internet eines der wichtigsten Medien auch für die im journalistischen Bereich (künftig) tätige Bevölkerung ist - etwa zwei der am häufigsten genutzten deutschsprachigen Satiremagazine, *Die Tagespresse* und *Der Postillon*, erscheinen überwiegend online. Wenn es um die Relevanz der Satire für die Gesellschaft geht, muss an diesem Punkt eingeräumt werden, dass diese nach eingehender Recherche und der Befragung nicht global verallgemeinert werden kann. Während in Ländern wie den USA, wie der Medienwissenschaftler Benedikt Porzelt in einem Interview mit Klaus Lüber (2016) erklärt, in denen herkömmliche Nachrichtenformate aufgrund des Überhand nehmenden Populismus keine zufrieden stellenden, objektiven Informationen mehr liefern, Satire zu einer wichtige Alternative der Informationsbeschaffung, den „oppositional news“ (ebd.) geworden ist, dient sie hierzulande etwa immer noch überwiegend der Unterhaltung. Die Vertrauenskrise gegenüber herkömmlichen Nachrichtenformaten, welche in etwa in einer Studie des Medienmagazins ZAPP des deutschen NDS nachgewiesen und durch Meinungen diverser Autoren wie Leiterer (2014) und Hamann (2015) untermauert wurde konnte, konnte zumindest für die befragte Zielgruppe nicht festgestellt werden. Wie die Eurobarometer Umfrage (2016) zeigte hält die Mehrheit der Österreicher die heimischen Medien für vertrauenswürdig. Zumindest für die im Journalismus tätige oder das Gewerbe lernende Bevölkerung konnte ebenso ein positives Empfinden in Bezug auf Objektivität, Seriosität und Wahrheitsgehalt gegenüber dem heimischen medialen Angebot beobachtet werden. Als zusätzliche Perspektive auf das Weltgeschehen trägt sie jedoch zum Diskurs bei und liefert weitere Denkanstöße. Dietrich Krauß, einer der Macher der deutschen Satiresendung *Die Anstalt*, meinte in einem Interview der *Frankfurter Rundschau* bezüglich kursierender Spekulationen, ob Satire dabei ist herkömmliche Nachrichten auch hierzulande zu ersetzen, dass das eine das andere nur schwer ersetzen kann (vgl. Voigts; Majic nach Krauß, 2015) und ähnliches wurde auch im empirischen Teil der Arbeit gezeigt. Es ist kein Zusammenhang in der Häufigkeit der Konsumation von Nachrichtenformaten und der Häufigkeit der Konsumation von Satire erkennbar. Zudem wurde festgestellt, dass zwar herkömmlicher Nachrichtenkonsum alleine in der betroffenen Bevölkerung vorkommt, für Satire jedoch nichts vergleichbares angenommen werden kann. Wie jedoch auch bereits Young und Tilsinger (2006) in Unterstützung einer Annahme Baums darauf hinwiesen, verlassen sich Rezipienten zwar nicht ausschließlich auf satirische Inhalte, sieht jedoch auch die Mehrheit der Teilnehmenden der Studie die Möglichkeit darin, mehr Menschen mit ihrer speziellen Art, Informationen zu präsentieren, für das Geschehen in der Welt zu interessieren und ihnen kritische Ereignisse und Vorgänge in der Welt zu vermitteln. Problematisch ist bei der Satire, dass ein Vorwissen zu ihrem Verständnis notwendig ist. Wie Hardy et al. (2014) annehmen, besitzt das Publikum satirischer Inhalte von

Vornherein ein höheres Level an politischem Wissen. Mehr als die Hälfte der Befragten war allerdings ebenso der Ansicht, dass am Weltgeschehen desinteressierte oder ungebildete Personen die überspitzten, pointierten Aussagen leicht falsch verstehen könnten. Satire ist natürlich keine objektive Berichterstattung, sondern gibt ungeachtet der Qualität der Satire die hochgradig subjektive Weltsicht der Satiriker wieder und stellt damit eine persönliche Meinung dar. So sehr die Satire auch als zusätzliche Sichtweise zur Meinungsvielfalt beiträgt, so gefährlich wäre gleichzeitig eine gänzliche „Übernahme“ des Journalismus durch Satire, unter anderem aufgrund der tendenziell eher politisch linken und damit sehr einseitigen Orientierung der Satire für sie. Während Theoretiker wie etwa Sternthal und Craig (1973) zu dem Schluss kamen, dass Humor in Nachrichten einen Einfluss auf die Einstellung der Nachrichtenempfänger haben könnte, die Beeinflussung durch Satire, jene ernster Nachrichten jedoch nicht übersteigt, gibt es ebenso die Ansicht, dass Satire zum Verständnis einen Dekodierungsprozess voraussetzt, der eine größere Aufmerksamkeit und ein höheres Engagement bedingt und somit zu einem intensiveren Lernprozess und damit auch zu einer stärkeren Beeinflussung führt. Die Analyse der Umfrage ergab keinen signifikanten Verteilungsunterschied bezüglich der Beeinflussung der politischen Einstellung durch Satire in Abhängigkeit der politischen Einstellung der Befragten. „Mitte-links“ (SPÖ, Die Grünen, NEOS) Wähler gaben jedoch wie angenommen an, sich nach ihrer Selbsteinschätzung stärker durch Satire beeinflusst zu fühlen, da Satire aufgrund ihrer politisch linken Orientierung das Weltgeschehen ihrer Meinung entsprechend kritisch aufarbeitet und neue Sichtweisen darbietet.

Die Meinung dazu, was Satire „dürfen“ sollte ist gespalten. Kurt Tucholsky antwortet 1919 auf die Frage mit „Alles“ (Tucholsky, 1919) und sowohl vom Gesetz, als auch von der Bevölkerung aus ist ihr Spielraum sehr offen und weitreichend, doch nicht grenzenlos. Satire wird gesetzlich etwa durch Pressefreiheit, Meinungsfreiheit und Kunstfreiheit geschützt, kann jedoch ebenso mit Medienrecht, Strafrecht und Zivilrecht kollidieren. Die Mehrheit der Teilnehmer würde zudem Kurt Tucholskys viel diskutiertem Zitat bedingungslos oder unter Vorbehalt, dass die Satire einen wahren Kern behält und keine Tatsachen verfälscht oder erfindet, zustimmen. „Grundsätzlich hält der Presserat auch scharfe, polemische Satire für zulässig - solange sie einen sachlichen Kern an Kritik enthält“ (APA-OTS, 2010), und keine „die Menschenwürde verletzende Witzelein“ (ebs.) darstellt, verlautbarte auch der Deutsche Presserat. Andererseits kam unter den Teilnehmern ebenso, wenn auch verhältnismäßig seltener, die Meinung auf, dass Satire sich wie jedes journalistische Genre an ein Regelbuch halten sollte und es ganz darauf ankommt, welche Inhalte satirisch behandelt werden - denn bestimmte Themen wie etwa der Holocaust, Kindesmisshandlungen, oder ähnliches sollten

auch für Satire tabu sein. Satire bietet somit zahlreiche Chancen für die politische Öffentlichkeit und die Gesellschaft, birgt jedoch auch ebenso viele Gefahren.

10.1.Limitationen und Ausblick

Als eine der Einschränkungen, die im Laufe der Arbeit entstanden sind, soll an dieser Stelle auf jeden Fall die gewählte Zielgruppe genannt werden. Da es trotz der Hilfe von Frau Dr. Ilse Brandner-Radinger, Frau Dr. Astrid Zimmermann, sowie diversen Freunden und Bekannten aus der Medienbranche sehr schwierig war, eine repräsentative Gesamtheit an Journalisten in der zur Verfügung stehenden Zeit zu erreichen, wurde die Definition der Journalisten auf Autoren und die, am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien Studierenden ausgeweitet. Dennoch konnte in dem Zeitraum der Umfrage keine repräsentative Anzahl erreicht werden. Weiters wurde von einem Teilnehmer kritisiert, dass demographische Angaben am Anfang der internetgestützten Befragung erfragt wurden. Auch die Frage nach der gewählten Nationalratspartei wurde trotz der Anonymität kritisiert, konnte jedoch meinerseits aufgrund der untersuchten Forschungsfragen nicht ausgelassen werden. Weiters könnten die langen Fragen des Fragebogens die Motivation der Probanden beeinträchtigt haben, sodass viele die Umfrage nicht beendeten. Hier sollte überlegt werden ob kürzere, prägnantere Fragen besser gewesen wären. Es muss zudem als Limitation aufgeführt werden, dass keine der Fragen obligatorisch zu beantworten war, sondern alle Antworten freiwillig gegeben werden konnten. Diese Methode wurde unter anderem gewählt, da zu Themen mit Politikbezug, trotz, in diesem Fall, vollständiger Anonymität der Probanden, oft ungern Aussagen getätigt werden. Es führte jedoch dazu, dass je nach analysierten Variablen die Antworten unterschiedlich vieler Teilnehmer ausgewertet wurden. Aufgrund des relativ geringen Stichprobenumfanges konnten nur mittlere bis größere Effekte ein signifikantes Niveau erreichen. Es sind daher weitere Untersuchungen zu empfehlen, um die gezeigten Trends absichern zu können.

Diese Arbeit fokussierte sich auf die Befragung von Journalisten, Autoren und angehenden Journalisten, deshalb wäre eine Studie im größeren Rahmen mit mehr Teilnehmer aller Berufsgruppen, eventuell auch unter Einbindung einer Quote für Alter, Nationalitäten der Teilnehmer, Herkunft der Satireformate, Art der Satireformate und Geschlecht interessant. In weiterer Folge könnten auch einerseits andere empirische Methoden, wie etwa Fokusgruppen oder Inhaltsanalysen, zur Verwendung gezogen werden oder der Fokus auf ein oder wenige bestimmte Satireformate gelegt werden.

V. VERZEICHNISSE

11. Literaturverzeichnis

11.1.Print

- Acta Politica (2009): Book Review zu Markus Priors (2007): Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections. Palgrave Journals, Vol. 44, 3, 349–351.
- Baum, Matthew A. (2003). Soft news and political knowledge: Evidence of absence or absence of evidence? Political Communication, 20(2).
- Baum, Matthew A. (2005). Talking the vote: Why presidential candidates hit the talk show circuit. American Journal of Political Science, 49.
- Behrmann, Sven (2002): Politische Satire im deutschen und französischen Rundfunk. Königshausen & Neumann Verlag, Würzburg.
- Bortz, Jürgen; Schuster Christof (2010): Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg.
- Bryant, Jennings; Zillmann, Dolf (1989): Using Humor to Promote Learning in the Classroom. Journal of Children in Contemporary Society, 20 (1-2)
- Chandler, Daniel; Rod Munday, Rod (2011): A Dictionary of Media and Communication - active audience theory. Oxford University Press.
- Crittenden, Victoria L.; Hopkins, Lucas M.; Simmons, J.M. (2011): Satirists as opinion leaders: is social media redefining roles? Journal of Public Affairs, Volume 11 Number 3, S. 174–180.
- Dörner, Andreas; Porzelt, Benedikt (2016): Politisches Gelächter - Rahmen, Rahmungen und Rollen bei Auftritten politischer Akteure in satirischen Interviews des deutschen Fernsehens. In: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (Hrsg.) (2016): M&K Medien & Kommunikationswissenschaft, Jahrgang 64, Heft 3, Universität Hamburg.
- Dörner, Andreas (2001): Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.

- Dörner, Andreas; Vogt, Ludgera (2004): Entertainment, Talkshows und Politikvermittlung in Deutschland. In: Nieland, Jörg-Uwe; Kamps, Klaus (Hrsg.): Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation. In der Reihe: Fiktion und Fiktionalisierung; Bd. 8. Halem. Köln.
- Dörner, Andreas (2006): Medienkultur und politische Öffentlichkeit. Perspektiven und Probleme der Cultural Studies aus politikwissenschaftlicher Sicht. In: Hepp, Andreas; Winter, Rainer (Hrsg.): Kultur-Medien-Macht Cultural Studies und Medienanalyse. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.
- Eckert, Gabriele (1986): Sprachtypus und Geschichte: Untersuchungen zum typologischen Wandel des Französischen. Gunter Narr Verlag, Tübingen.
- Ennens, Michel (2009): Persönlichkeitsrechtliche Grenzen der satirischen Bildbearbeitung. Igel Verlag, Hamburg.
- Feldman, Louis (2013). Learning about politics from The Daily Show: The role of viewer orientation and processing motivations. *Mass Communication & Society*, 16.
- Gehrau, Volker (2008): Rezeptionsforschung. In: Sander, Uwe; Von Gross, Frederike; Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Götz, Ricarda (2015): Masterarbeit Politikwissenschaft: Das Politische der Populärkultur. Politische Unterhaltung in audiovisuellen Texten und ihre Rezeption. Universität Wien.
- Griffin, Dustin. 1994. *Satire: A Critical Reintroduction*. Lexington: University Press of Kentucky.
- Hall, Stuart (1973): *Encoding Decoding in Television Discourse*. University of Birmingham: Center for Cultural Studies. In: During, Simon (Hrsg./ 1993): *The Cultural Studies Reader*. Routledge, London and New York.
- Hardy, Bruce W.; Gottfried, Jeffrey A.; Winneg, Kenneth M.; Jamieson, Kathleen Hall (2014) Stephen Colbert's Civics Lesson: How Colbert Super PAC Taught Viewers About Campaign Finance. *Mass Communication and Society*, 17:3.
- Haschke, Josef F. (2016): Politische Vertrauenskrise? Die kommunikative Konstruktion von Politiker Vertrauen im lebensweltlichen Kontext. Springer Verlag, Wiesbaden.
- Henz, Katharina (2011): *Vorwissenschaftliches Arbeiten. Ein Praxisbuch für die Schule*. (1. Auflage) Verlag E. Dörner.

- Kaplan, Robert M., & Pascoe, G. C. (1977). Humorous lectures and humorous examples: Some effects upon comprehension and retention. *Journal of Educational Psychology*, 69, 61–65.
- Kästner, Erich (1948): Eine kleine Sonntagspredigt. Sinn und Wesen der Satire? In: Kästner, Erich (1948): *Der tägliche Kram. Chansons und Prosa 1945 - 1948*. Atrium Verlag, Zürich.
- Kenny, Kate (2009): The performative surprise: parody, documentary and critique. *Culture and Organization*, 15 (2).
- Klaus, Elisabeth (2008). Der Gegensatz von Information ist Desinformation, der Gegensatz von Unterhaltung ist Langeweile. In: Dorer, Johanna; Geiger, Brigitte; Köpl, Regina (Hrsg.), *Medien — Politik — Geschlecht. Feministische Befunde zur politischen Kommunikationsforschung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Kohring, Matthias (2016): Journalismus als Leistungssystem der Öffentlichkeit. In: Löffelholz, Martin; Rothenberger, Liane (Hrsg.): *Handbuch Journalismustheorien*. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Krotz, Friedrich (2009): Stuart Hall: Encoding/Decoding und Identität. In: Hepp, Andreas et al. (Hrsg.), *Schlüsselwerke der Cultural Studies*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Lazarowicz, Klaus (1963): *Verkehrte Welt: Vorstudien zu einer Geschichte der deutschen Satire*. In: De Boor, Helmut; Kunisch, Hermann (1963): *Hermaea. Germanistische Forschungen - Neue Folgen*. Band 15. Max Niemeyer Verlag, Tübingen.
- Lederer, Bernd (2015): Quantitative Erhebungsmethoden. In: Hug, Theo; Poscheschnik, Gerald; unter Mitarbeit von Lederer, Bernd und Perzy, Anton (2015): *Empirisch forschen. Die Planung und Umsetzung von Projekten im Studium*. 2. überarbeitete Auflage. Verlag Huter & Roth KG, Wien.
- Lewis, Percy Wyndham (1950): *Rude Assignment. An intellectual Autobiography*. Black Sparrow Press.
- Löffelholz, Martin; Rothenberg, Liane (2016): *Handbuch Journalismustheorien*. Springer Verlag, Wiesbaden.
- Lünenborg, Margarethe (2005): Journalismus als kultureller Prozess: Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft. Ein Entwurf. VS Verlag für Sozialwissenschaften/ GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.

- Martin, Marc-Oliver (2008): Publizistische Freiheit und Persönlichkeitsschutz. Zu den Grenzen der Verwertbarkeit realer Biografien. Universitätsverlag Göttingen.
- Mazzoleni, Gianpietro; Schulz, Winfried (1999): "Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy? Political Communication Vol. 16. Taylor & Francis Group, London.
- Meyer-Sickendiek, Burkhard (2005): Affektpoetik: eine Kulturgeschichte literarischer Emotionen. Verlag Königshausen & Neumann, Würzburg.
- McClennen, Sophia A. (2011): Colbert's America: Satire and Democracy. Palgrave MacMillan, New York.
- Neuberger, Christoph; Kapern, Peter (2013): Grundlagen des Journalismus. Springer VS, Wiesbaden.
- Neuhaus, Stefan (2016): Was darf die Satire? Kurt Tucholsky, Jan Böhmermann und die Folgen. In: Literaturkritik Ausgabe 6, Juni 2016; Themenschwerpunkt: Bob Dylan und Wolfgang Koepfen – ein Kontrast. LiteraturWissenschaft.de Verlag, Marburg.
- Payrhuber, Andrea (2013): Operationalisierung.
- Peterson, Russel L. (2008): Strange Bedfellows: How Late-Night Comedy Turns Democracy into a Joke. Rutgers University Press, New Brunswick.
- Pörksen, Bernhard; Scholl, Armin (2012): Entgrenzung des Journalismus: Analysen eines Mikro-Meso-Makro-Problems aus der Perspektive der konstruktivistischen Systemtheorie. In: Quandt Thorsten; Scheufele, Bertram (eds.): Ebenen der Kommunikation. Mikro-Meso-Makro-Links in der Kommunikationswissenschaft. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Prior, Markus (2005): News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout. American Journal of Political Science, Vol. 49, No. 3, Princeton University.
- Prior, Markus (2007): Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections. Cambridge University Press.
- Quart Alissa (2009): The sarcastic times. Columbia Journalism Review.

- Rager, Günther (1994): Dimensionen der Qualität. Weg aus den allseitig offenen Richter- Skalen?, in Bentele, G./Hesse, K. R. (Hrsg.): Publizistik in der Gesellschaft. Festschrift für Manfred Rühl, Konstanz
- Raithel, Jürgen (2008): Quantitative Forschung. Ein Praxiskurs. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Rozansky, Michael (2014): Stephen Colbert's Civics Lesson: Or, how a TV humorist taught America about campaign finance. The Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania, Philadelphia.
- Rivkin, Julie; Ryan, Michael (2004): Literary Theory - An Anthology. Blackwell Publishing.
- Schicha, Christian (2008): Kritische Medientheorie. In: Sander, Uwe; Von Gross, Frederike; Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Schnell, Rainer; Hill, Paul B.; Esser, Elke (1999): Methoden der empirischen Sozialforschung. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, Deutschland.
- Speck, Paul Surgi (1987): On Humor and Humor in Advertising. Unpublished doctoral dissertation, Texas Tech University.
- Sjurts, Insa (2004): Gabler Lexikon Medienwirtschaft. Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Sternthal, Brian; Craig, Samuel (1973): Humor in Advertising. Journal of Marketing, 37(4).
- Strasser, Hermann; Graf, Achim (2000): Schmidteinander ins 21. Jahrhundert. Auf dem Weg in die Spaß- und Spottgesellschaft? Aus Politik und Zeitgeschichte, Ausgabe 12/2000 Erlebnisgesellschaft. Societäts-Verlag, Deutschland.
- Tsakona, Villy; Popa, Diana E. (2011): Humour in politics and the politics of humour. In: Studies in Political Humour: In between political critique and public entertainment. John Benjamins Publishing Company, Amsterdam.
- Tsakona, Villy; Popa, Diana E. (2013): Confronting power with laughter. European Journal of Humour Research Vol. 1, Nr. 2. Cracow Tertium Society.
- Tucholsky, Kurt (1919): Was darf Satire? In: Berliner Tagblatt. Ausgabe 36, 27.01.1919. Berlin, Deutschland.

- Ueding, Gert (2005): Historisches Wörterbuch der Rhetorik. De Gruyter Verlag, Berlin.
- Weinberger, Marc G.; Gulas, Charles S. (1992): The Impact of Humor in Advertising: A Review. *Journal of Advertising*, Volume 21, Number 4.
- Wetzel, Jakob (2012): Satire - das unbekannte Stilprinzip. Wesen und Grenzen im Journalismus. In: *Communicatio Socialis*, Ausgabe 45. München, Deutschland.
- White, David Manning (1950): The „Gate Keeper“: A case study in the selection of news. In: *Journalism Bulletin*, Volume 27, 4.
- Wodarz-Eichner, Eva (2007): Narrenweisheit im Priestergewand. Zur Interpretation des spätmittelalterlichen Schwankromans „Die geschicht und histori des pfaffen von Kahlenberg“. Herbert Utz Verlag, München.
- Young, Dannagal G.; Tisinger, Russell M. (2006): Dispelling Late-Night Myths. News Consumption among Late-Night Comedy Viewers and the Predictors of Exposure to Various Late-Night Shows. *The Harvard International Journal of Press and Politics* Vol. 11(3).
- Young, Dannagal G. (2013). Entertainment, satire, and the big questions of our political world. In R. W. Glover & D. Tagliarina (Eds.) *Teaching politics beyond the book: Film, texts, and new media in the classroom*. New York, NY: Bloomsbury.
- Ziv, Avner (1988). Teaching and learning with humor: Experiment and replication. *Journal of Experimental Education*, 6(1).

11.2. Online

- Akyol, Çiğdem (2016): Mit dem Stift gegen Erdoğan. Online: <http://www.zeit.de/kultur/2016-04/satire-tuerkei-recep-tayyip-erdogan-tradition-beleidigung/komplettansicht>. Zugriff: 07.06.2017.
- APA-OTS (2010): Satire darf nicht alles Presserat rügt Cartoons zu Enkes Suizid. Online: https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20100305_OTS0231/satire-darf-nicht-alles-presserat-ruegt-cartoons-zu-enkes-suizid. Zugriff: 06.06.2017.

- APA-OTS (2016): Presserat: Veröffentlichung von Gerüchten über Sexualleben verletzt Ehrenkodex. Online: https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20160927_OTS0033/presserat-veroeffentlichung-von-geruechten-ueber-sexualleben-verletzt-ehrenkodex. Zugriff: 06.06.2017.
- Andre/ Mimikama (2016): Satire wird immer dann gefährlich, wenn Online: <http://www.mimikama.at/allgemein/satire-wird-immer-dann-gefhrlich-wenn/>. Zugriff: 10.06.2017.
- A&E Television Networks (2017): 1835 - The Great Moon Hoax. Online: <http://www.history.com/this-day-in-history/the-great-moon-hoax>. Zugriff: 10.04.2016.
- Bananenblatt (2015): About. Online: <https://bananenblatt.wordpress.com/uber-das-schundheft/>. Zugriff: 12.04.2017.
- Biethahn, Frank C. (2016): "Satire darf alles" – oder doch nicht? Online: <http://www.fachjournalist.de/satire-darf-alles-oder-doch-nicht/>. Zugriff: 24.06.2017.
- Bucher, Hans-Jürgen; Büffel, Steffen (2005): Vom Gatekeeper-Journalismus zum Netzwerk-Journalismus. Weblogs als Beispiel journalistischen Wandels unter den Bedingungen globaler Medienkommunikation. Online: <https://www.uni-trier.de/fileadmin/fb2/prof/MED/POM/Bucher-Bueffel-Gatekeeper-Journalismus-Netzwerk-Journalismus-.pdf>. Zugriff: 20.03.2017.
- Bühl, Achim; Zöfel, Peter (2000): SPSS Version 9. Einführung in die moderne Datenanalyse unter Windows. Addison-Wesley Verlag, München.
- Burgstaller, Katrin (2011): "Die Krone hat zu keiner Partei ein Nahverhältnis". In: [DerStandard.at](http://derstandard.at), Online: <http://derstandard.at/1316389991185/Joe-Kalina-Die-Krone-hat-zu-keiner-Partei-ein-Nahverhaeltnis>. Zugriff: 15.03.2017.
- Bierce, Ambrose G. (1911): The Devil's Dictornary. Online: http://www.gutenberg.org/files/972/972-h/972-h.htm#link2H_4_0021. Zugriff: 24.03.2017.
- Charlie Smile (2016): Verfolgung von Karikaturisten, Kabarettisten und Journalisten. Online: <http://www.charliesmile.org/de/news-detail/verfolgung-von-karikaturisten-kabarettisten-und-journalisten.html>. Zugriff: 07.06.2017.
- DerStandard.at (2016): Pressefreiheit: Österreich fällt hinter Jamaika zurück. Online: <http://derstandard.at/2000035218437/Pressefreiheit-Oesterreich-faellt-hinter-Jamaika-zurueck>. Zugriff: 18.03.2017.

- Der Standard (2015): Aprilscherze im Netz: Strache fällt auf Panier-Verbot herein. Online: <http://derstandard.at/2000013698439/Aprilscherze-im-Netz-Strache-faellt-auf-Panier-Verbot-herin>. Zugriff: 10.06.2017.
- Der Standard (2014): Strache fällt auf Satiremeldung herein. Online: <http://derstandard.at/2000003506304/Strache-faellt-auf-Satire-Meldung-herin>. Zugriff: 10.06.2017.
- Deutscher Presserat (2015): Publizistische Grundsätze (Pressekodex). Richtlinien für die publizistische Arbeit nach den Empfehlungen des Deutschen Presserats. Online: http://www.presserat.de/fileadmin/user_upload/Downloads_Dateien/Pressekodex_BO_2016_web.pdf. Zugriff: 17.03.2017.
- Die Partei (2014): PARTEI-Programm zur EU-Wahl 2014. Online: <https://www.die-partei.de/regierungsprogramm/>. Zugriff: 11.04.2017.
- Die Presse (2016): "Charlie Hebdo" verteidigt Erdbeben-Karikatur: "Nichts Besonderes". Online: <http://diepresse.com/home/kultur/medien/5084635/Charlie-Hebdo-verteidigt-ErdbebenKarikatur>. Zugriff: 05.04.2017.
- Die Presse (2016): "Charlie Hebdo"-Karikatur sorgt für Empörung in Italien. Online: <http://diepresse.com/home/kultur/medien/5079320/Charlie-HebdoKarikatur-sorgt-fuer-Empoerung-in-Italien>. Zugriff: 05.04.2017.
- Die Presse (2016): Drei Viertel der Österreicher vertrauen "ihren" Medien. Online: <http://diepresse.com/home/kultur/medien/5123799/Drei-Viertel-der-Oesterreicher-vertrauen-ihren-Medien>. Zugriff: 20.06.2017.
- Die Tagespresse (2017): Die Tagespresse. Online: <http://dietagespresse.com>. Zugriff: 11.04.2017.
- Die Welt (2016): Politische Satire im Fernsehen auf dem Vormarsch. Online: <https://www.welt.de/kultur/article160311299/Politische-Satire-im-Fernsehen-auf-dem-Vormarsch.html>. Zugriff: 07.04.2017.
- Die Welt (2015): Die geheime Geschichte hinter „Der große Diktator“. Online: <https://www.welt.de/kultur/kino/article147621014/Die-geheime-Geschichte-hinter-Der-grosse-Diktator.html>. Zugriff: 08.04.2017.
- Dictionary.com (2017): hexameter. In: Collins English Dictionary - Complete & Unabridged 10th Edition. Online: <http://www.dictionary.com/browse/hexameter>. Zugriff: 28.03.2017.

- DJV - Deutscher Journalisten Verband (2015): DJV-Aufnahmerichtlinien. Online: <https://www.djv.de/startseite/profil/mitglied-werden/aufnahmerichtlinien.html>. Zugriff: 11.03.2017.
- Dorst, Martin (2006): Zentrale Begriffe der Cultural Studies. Online: http://luhmann.uni-trier.de/index.php?title=Zentrale_Begriffe_der_Cultural_Studies. Zugriff: 25.07.2017.
- duden.de (2017): Kabarett, auch, besonders österreichisch Cabaret, das. Online: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Kabarett>. Zugriff: 04.04.2017.
- Encyclopædia Britannica (2017): Satyr play. Online: <https://www.britannica.com/art/satyr-play>. Zugriff: 24.03.2017.
- Ennsner.Jedenastik, Laurenz (2017): Das Vertrauen in die Medien ist in einer gefährlichen Schieflage. Online: derstandard.at/2000053538603/Das-Vertrauen-in-die-Medien-ist-in-einer-gefaehrlichen-Schieflage. Zugriff: 20.06.2017.
- Europäische Union (2016): Spezial Eurobarometer 452 - Medienpluralismus und Demokratie. Online: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIAL/surveyKy/2119>. Zugriff: 20.06.2017.
- Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte (1950): Die Europäische Menschenrechtskonvention. Online: http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_DEU.pdf. Zugriff: 18.03.2017.
- falter.at (2011): Die Unschuldvermutung. Online: <https://shop.falter.at/detail/9783850027533>. Zugriff: 10.04.2017.
- Fischer, Thomas (2016): Kunst ist strafbar. Warum auch nicht? Online: <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2016-05/jan-boehmermann-kunst-straft-fischer-im-recht>. Zugriff: 02.06.2017.
- fm4.orf.at (2009): FM4 Salon Helga. Online: <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4salonhelga>. Zugriff: 06.04.2017.
- fm4.orf.at (2017): FM4 Chez Hermes. Online: <http://fm4.orf.at/radio/stories/fm4chezhermes/>. Zugriff: 24.08.2017.
- FOCUS Online (2014): FPÖ-Chef Strache fällt auf „Postillon“-Satire herein. Online: http://www.focus.de/digital/internet/erheiterung-in-oesterreich-fpoe-chef-strache-faellt-auf-postillon-satire-herein_id_4016272.html. Zugriff: 10.06.2017.

- Folkenflik, David (2017): John Oliver On Facts, Donald Trump And The Supreme Court For Dogs. Online: <http://www.npr.org/2017/02/10/514152562/john-oliver-on-facts-donald-trump-and-the-supreme-court-for-dogs>. Zugriff: 20.04.2017.
- Frankfurter Allgemeine Zeitung/ faz (2016): „Die Partei“ verklagt den Bundestag. Online: <http://www.faz.net/aktuell/politik/inland/strafzahlung-die-partei-verklagt-den-bundestag-14536246.html>. Zugriff: 11.04.2017.
- GlobalWebIndex (2017): GWI Social. GlobalWebIndex's quarterly report on the latest trends in social networking - Flagship Report Q1 2017. Online: <http://insight.globalwebindex.net/hubfs/Reports/Social-Q1-2017/GWI-Social-Summary-Q1-2017.pdf?t=1495490662661>. Zugriff: 23.05.2017.
- GlobalWebIndex (2016): The Social "Context Collapse" is Happening. Online: <https://www.globalwebindex.net/blog/a-social-context-collapse-is-happening>. Zugriff: 23.05.2017.
- Gründerszene Lexikon (2017): Blogger. Online: <http://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/blogger>. Zugriff: 17.03.2017.
- Hahn, Julia (2017): Satire in der Türkei: Schluss mit lustig. Interview mit Selçuk Erdem. Online: <http://www.dw.com/de/satire-in-der-tuerkei-schluss-mit-lustig/a-38855009>. Zugriff: 07.06.2017.
- Hamann, Götz (2015): Wer vertraut uns noch? Online: <http://www.zeit.de/2015/26/journalismus-medienkritik-luegenpresse-vertrauen-ukraine-krise>. Zugriff: 24.06.2017.
- Haupt, Frederike (2016): Pubertär statt politisch. Online: <http://www.faz.net/aktuell/politik/inland/satire-von-jan-boehmermann-co-pubertaer-statt-politisch-14169614.html>. Zugriff: 24.06.2017.
- Hedde, Jan (2016): Das ist Satire. <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/satire-was-bedeutet-das-wort-eigentlich-a-1089422.html>. Zugriff: 30.08.2017.
- Juhnke, Karl (2011): encoding / decoding. Online: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=6068>. Zugriff: 25.07.2017.
- Internet World Stats (2017): Internet Usage Statistics. The Internet Big Picture - World Internet Users and 2017 Population Stats. Online: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>. Zugriff: 23.05.2017.

- Klebe, Gerrit-Freya (2017): Was Jan Böhmermann von Harald Schmidt gelernt hat. Online: <https://www.welt.de/vermischtes/article162420319/Was-Jan-Boehmermann-von-Harald-Schmidt-gelernt-hat.html>. Zugriff: 04.05.2017.
- Koblin, John (2015): Jon Stewart, Sarcastic Critic of Politics and Media, Is Signing Off. Online: https://www.nytimes.com/2015/08/06/business/media/jon-stewart-a-sarcastic-critic-of-politics-and-media-signs-off.html?_r=0. Zugriff: 08.06.2017.
- Kunst Haus Wien (1992): Ausstellung: Karikatur und Satire. Fünf Jahrhunderte Zeitkritik. Online: <http://www.kunsthawien.com/de/ausstellungen/karikatur-und-satire-funf-jahrhunderte-zeitkritik/>. Zugriff: 05.04.2017.
- Labrenz, Lennart (2015): Lachen bis zum bitteren Ende. In: NZZ Online: <https://www.nzz.ch/feuilleton/fernsehen/lachen-bis-zum-bitteren-ende-1.18526963>. Zugriff: 07.04.2017.
- Lanius, Karima (2017): Satire. Eine besondere Art der (literarischen) Kommunikation. In: Arasteh-Roodsary, Sona et al. (Hrsg.): Textpraxis Nr. 13. - Digitales Journal für Philologie. Online: <http://www.uni-muenster.de/Textpraxis/karima-lanius-satire>. Zugriff: 09.07.2017.
- Leitner, Max (2016): Meinungsfreiheit deckt Böhmermanns „Schmähkritik“. Online: <http://diepresse.com/home/recht/rechtallgemein/4979761/Meinungsfreiheit-deckt-Boehmermanns-Schmaehkritik>. Zugriff: 04.06.2017.
- Leiterer, Annette (2014): ZAPP Studie: Vertrauen in Medien ist gesunken. Online: <http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/ZAPP-Studie-Vertrauen-in-Medien-gesunken,medienkritik100.html>. Zugriff: 19.06.2017.
- lernhelfer.de (2010): Satire. Online: <https://www.lernhelfer.de/schuelerlexikon/deutsch-abitur/artikel/satire>. Zugriff: 23.03.2017.
- Lexikon der Filmbegriffe (2012): Satire. Online: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=3106>. Zugriff: 08.04.2017.
- Lüber Klaus (2016): „Satire und Journalismus können sich produktiv ergänzen“. Online: <https://www.goethe.de/de/kul/med/20801171.html>. Zugriff: 07.04.2017.
- McCarthy, Rebecca (2009): The Rise of the Active Audience and Stephen Colbert. Online: https://www.flowjournal.org/2009/01/the-rise-of-the-active-audience-and-stephen-colbert-rebecca-mccarthy-kaplan-university/#footnote_0_2292. Zugriff: 25.07.2017.

- Müller, Reinhard (2016): Satire ist frei, aber kein Freibrief. Online: <http://www.faz.net/aktuell/politik/was-darf-satire-und-wo-sind-die-grenzen-14172975.html>. Zugriff: 02.06.2017.
- npr.org (2014): John Oliver Is No One's Friend On His New HBO Show. Online: <http://www.npr.org/2014/06/19/323335539/john-oliver-is-no-ones-friend-on-his-new-hbo-show>. Zugriff: 26.04.2017.
- Online Etymology Dictionary (2017): lampoon (n.). nach Johnson, Samuel LL.D. (1824): A dictionary of the english language in which the words are deducted from their originals, explained in their different meanings and authorized by the names of the writers in whose works they are found. London. Online: http://www.etymonline.com/index.php?allowed_in_frame=0&search=satire. Zugriff: 11.04.2017.
- Petsch, Barbara (2007): "Ich habe den Tod akzeptiert": George Tabori ist gestorben. In: Die Presse Online: http://diepresse.com/home/kultur/news/318997/Ich-habe-den-Tod-akzeptiert_George-Tabori-ist-gestorben. Zugriff: 04.04.2017.
- Porzelt, Benedikt (2015): Humor: Wie heute show & Co unseren Blick auf Politik verändern. Online: <https://www.boell.de/de/2015/04/28/video-humor-wie-heute-show-co-unseren-blick-auf-politik-veraendern>. Zugriff: 10.06.2017.
- Posener, Alan (2016): „Rechtlich trifft der Satz ‚Satire darf alles‘ nicht zu“. Interview mit Volker Kitz. Online: <https://www.welt.de/politik/deutschland/article154265311/Rechtlich-trifft-der-Satz-Satire-darf-alles-nicht-zu.html>. Zugriff: 02.06.2017.
- Raketa (2017): Raketist@s machen Zeitung. Online: <http://www.raketa.at/raketas-machen-zeitung/>. Zugriff: 12.04.2017.
- Rechtsinformationssystem (RIS) Bundeskanzleramt (2017): Gesamte Rechtsvorschrift für Staatsgrundgesetz über die allgemeinen Rechte der Staatsbürger, Fassung vom 01.06.2017. Online: <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000006>. Zugriff: 02.06.2017.
- Rechtsinformationssystem (RIS) Bundeskanzleramt (2017): Bundesrecht konsolidiert: Gesamte Rechtsvorschrift für Mediengesetz, Fassung vom 06.06.2017. Online: <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000719&Show-PrintPreview=True>. Zugriff: 06.06.2017.

- Reporter ohne Grenzen Österreich (2017): Information ist ein Menschenrecht. Online: <http://www.rog.at/rog-oesterreich/>. Zugriff: 18.03.2017.
- Scherz und Schund Fabrik e.U. (2017): MOFF. Haderers feines Schundheftl. Online: <http://www.scherzundschund.at/moff/>. Zugriff: 12.04.2017.
- Schubert, Christian (2017): Die meistgefürchtete Zeitschrift Frankreichs. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung Online: http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/warum-politiker-le-canard-enchaine-in-frankreich-fuerchten-14966443-p2.html?printPagedArticle=true#pageIndex_3. Zugriff: 12.04.2017.
- Schweizer Presserat (2017): Dürfen Satire, Glosse und Karikatur «alles»? Online: http://ratgeber.presserat.ch/index.php?de_38-darfen-satire-glosse-und-karikatur-aallesa. Zugriff: 06.06.2017.
- Seidel, Jörg (2011): Trittbrettfahrer der Hitlerei. In: Die Zeit Online: <http://www.zeit.de/kultur/film/2011-03/film-mein-kampf>. Zugriff: 04.04.2017.
- Stiebert, Tom (2016): Jura und Jan Böhmermann: Von Schmähkritik zur Richtlinienkompetenz. Online: <http://www.juraexamen.info/jura-und-jan-boehmermann-von-schmaehkritik-zur-richtlinienkompetenz/>. Zugriff: 07.06.2017.
- The Guardian (2016): John Oliver examines journalism's many problems: the blame is on us. Online: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2016/aug/08/john-oliver-journalism-hbo-last-week-tonight-newspapers>. Zugriff: 27.04.2017.
- The Harvard Lampoon (2017): About. Online: <https://www.harvardlampoon.com/about/>. Zugriff: 11.04.2017.
- The Nielsen Company (2016): The Nielsen Total Audience Report: Q4 2016. Online: <http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2017/the-nielsen-total-audience-report-q4-2016.html>. Zugriff: 23.05.2017.
- The Onion (2017): About The Onion. Online: <http://www.theonion.com/about/>. Zugriff: 11.04.2017.
- Thiedeke, Udo (2012/13): Soziologie der Liebe. Vorlesung Johannes-Gutenberg-Universität Mainz Wintersemester 2012/13. Online: https://www.staff.uni-mainz.de/thiedeke/Vorlesung_Liebe_-_Folien_081112.pdf. Zugriff: 09.07.2017.
- Ürük, Bülen (2016): Medienwissenschaftler Benedikt Porzelt: „Satireformate wie „Die Anstalt“ ergänzen bestehende journalistische Berichterstattung“. Online: <https://www.newsroom.at/>

news/aktuelle-meldungen/vermishtes-3/medienwissenschaftler-benedikt-porzelt-satireformate-wie-die-anstalt-ergaenzen-bestehende/. Zugriff: 02.06.2017.

Ürük, Bülend (2016): Früherer Grimme-Chef Bernd Gäbler: "Ohne Journalismus würde Satire nicht funktionieren". Online: <https://kress.de/news/detail/beitrag/134858-frueherer-grimme-chef-bernd-gaebler-ohne-journalismus-wuerde-satire-nicht-funktionieren.html>. Zugriff: 24.06.2017.

Vereinte Nationen (1948): Resolution der Generalversammlung. 217 A (III). Allgemeine Erklärung der Menschenrechte. Online: <http://www.un.org/depts/german/menschenrechte/aemr.pdf>. Zugriff: 04.06.2017.

VICE (2017): Der britische 'Guardian' ist auf die Kurz-Satire von der 'Tagespresse' reingefallen. Online: https://www.vice.com/de_at/article/der-guardian-ist-auf-satire-der-tagespresse-reingefallen. Zugriff: 10.06.2017.

Voigts, Hanning; Majic, Danijel (2015): „Satire ist nicht Wahrheit“. Online: <http://www.fr.de/kultur/netz-tv-kritik-medien/medien/die-anstalt-satire-ist-nicht-wahrheit-a-511462>. Zugriff: 24.06.2017.

Weiß, Christel (2013): Basiswissen Medizinische Statistik. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg.

Westermann, Lisa (2000): Satire und Zensur oder "Ironie mit Nebenwirkungen" - von den rechtlichen Grenzen satirischer Freiheit. Online: <http://www.censuriana.de/01themenSS200002satire.htm>. Zugriff: 07.06.2017.

Wörterbuch Deutsch (2015) Boulevardpresse. Online: <http://worterbuchdeutsch.com/de/boulevardpresse>. Zugriff: 21.07.2015.

Wiener Zeitung (2012): Nicht lesen! Zu schmutzig! Online: http://www.wienerzeitung.at/nachrichten/kultur/medien/466933_Nicht-lesen-Zu-schmutzig.html. Zugriff: 12.04.2017.

Wirtschaftslexikon24.com (2017): Querschnittanalyse. Online: <http://www.wirtschaftslexikon24.com/d/querschnittsanalyse/querschnittsanalyse.htm>. Zugriff: 18.01.2017.

wiso.uni-hamburg.de (Jahr unbekannt): Berufsethische PR-Normen für Journalisten. Online: https://www.wiso.uni-hamburg.de/fileadmin/sowi/journalistik/PDFs/Leitfaden_Berufsethik.pdf. Zugriff: 17.03.2017.

- wissen.de Lexikon (2017): Satire. Online: <http://www.wissen.de/lexikon/satire>. Zugriff: 18.01.2017.
- xing.at (2017): Andreas Wiemers. Online: https://www.xing.com/profile/Andreas_Wiemers. Zugriff: 27.April.2017.
- Zeit Online (2015): Drei Tage Terror in Paris. Online: <http://www.zeit.de/feature/attentat-charlie-hebdo-rekonstruktion>. Zugriff: 11.04.2017.
- Zeit Online (2017): Vertrauen in Medien steigt. Online: <http://www.zeit.de/kultur/2017-01/medien-vertrauen-studie-berichterstattung-anstieg>. Zugriff: 20.06.2017.
- Zikmund, Robert (2015): §188 StGB - "Herabwürdigung religiöser Lehren". Online: <http://fm4v3.orf.at/stories/1752099/>. Zugriff: 06.06.2017.

12. Abbildungsverzeichnis

12.1. Tabellen

Tabelle 1: Häufigkeiten und Anteilswerte der Altersgruppen der Teilnehmer.....	80
Tabelle 2: Häufigkeit des Satirekonsums in Bezug auf das Bewusstsein über eingeschränkten Wahrheitsgehalt.....	83
Tabelle 3: Vorwissen für das Verständnis in Bezug auf das Verständnis.....	85
Tabelle 4: Schulabschluss in Bezug auf die Chance der Satire Weltgeschehnisse zu vermitteln.....	86
Tabelle 5: Transportmittel in Bezug auf das vom Bildungsgrad abhängige Verständnis der Satire..	87
Tabelle 6: Häufigkeiten von Nachrichten- und Satirekonsum.....	87
Tabelle 7: Häufigkeit der Zustimmung zu Tucholsky-Zitat.....	89
Tabelle 8: Medien zur Informationsbeschaffung und zum Satirekonsum.....	90
Tabelle 9: Empfindung zur Wirkung von Satire in Abhängigkeit der politischen Ausrichtung.....	92
Tabelle 10: Beweggründe zum Konsum von Satire in Abhängigkeit der politischen Ausrichtung..	93
Tabelle 11: Beeinflussung der politischen Einstellung durch Satire in Abhängigkeit der politischen Einstellung.....	94

Tabelle 12: Häufigkeiten und Anteilswerte zum offenen Antwortformat zur Beeinflussung durch Satire.....	95
Tabelle 13: Häufigkeiten und Anteilswerte des Satirekonsums in Abhängigkeit der politischen Einstellung.....	96
Tabelle 14: Häufigkeiten und Anteilswerte der Befürwortung zur Existenz der Satire bezüglich gesellschaftspolitischer Rahmenbedingungen.....	97
Tabelle 15: Häufigkeiten und Anteilswerte der Befürwortung zur Existenz der Satire bezüglich gesellschaftspolitischer Rahmenbedingungen.....	98
Tabelle 16: Häufigkeiten und Anteilswerte von Nachrichtenkonsum bezüglich der Einstellung gegenüber diesen Formaten.....	100
Tabelle 17: Häufigkeiten und Anteilswerte von Nachrichtenkonsum bezüglich der Einstellung gegenüber diesen Formaten.....	101
Tabelle 18: Häufigkeiten und Anteilswerte von Satirekonsum bezüglich der Intention gegenüber diesem Format.....	102
Tabelle 19: Häufigkeiten und Anteilswerte zur Einschätzung des Ausmaßes an Populisms in österr. Medien.....	103

12.2.Diagramme

Diagramm 1: Verfügbarkeit Fernsehgerät.....	81
Diagramm 2: Verfügbarkeit Laptop.....	81
Diagramm 3: Verfügbarkeit Mobiltelefon.....	82
Diagramm 4: Parteipräferenz der Teilnehmenden (n = 106).....	82
Diagramm 5: V11_Nachrichtenformate: Medien zur Informationsbeschaffung.....	91
Diagramm 6: V14_Satireformate Häufigkeiten.....	91

VI. ANHANG

13. Abstract (DE/EN)

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit den Chancen, Möglichkeiten und Grenzen, welche sich mit dem Stilprinzip Satire im Journalismus für politische Öffentlichkeit ergeben. Methodischen Bezugsrahmen bildet eine fundierte Literaturrecherche und Analyse derselben, mit differenzierten Meinungen, Ansichten und Faktenwissen unterschiedlicher Theoretiker und persönlichem Wissen und Erfahrungen, sowie die Ergebnisse einer internetgestützten Befragung von Journalisten, Autoren und angehenden Journalisten. Die zentrale Fragestellung beschäftigt sich ebenso damit, inwieweit Satire-Journalismus dabei ist, den klassischen Nachrichten-Journalismus zu ersetzen. Es wird zudem aufgegriffen, welche Gründe für die vermehrte Rezeption von Satire-Formaten als Informationsquellen bestehen und bis zu welchem Grad sich Journalisten von Satire in ihrer (politischen) Meinung beeinflussen lassen. Trotz großer Bemühungen konnte keine repräsentative Gesamtheit an Teilnehmern erreicht werden, die Auswertung der Umfrage wurde dennoch mit den vorhandenen Daten durchgeführt und die Literaturrecherche damit ergänzt.

Anfangs wird erwähnt, dass die Chancen und Gefahren der politischen Satire nur schwer abzustecken sind, die Arbeit versucht dennoch einen Einblick in ihre Möglichkeiten und Wirkungen zu geben. Wenn es um die Relevanz der Satire für die Gesellschaft geht, muss eingeräumt werden, dass diese nach eingehender Recherche nicht global verallgemeinert werden kann. Während in Ländern wie den USA, in denen herkömmliche Nachrichtenformate aufgrund des Überhand nehmenden Populismus keine zufrieden stellenden, objektiven Informationen mehr liefern, Satire zu einer wichtigen Alternative der Informationsbeschaffung, den „oppositional news“ geworden ist, dient sie hierzulande etwa immer noch überwiegend der Unterhaltung. Die befragte Zielgruppe der Journalisten, Autoren und angehenden Journalisten ist noch durchaus mit der Objektivität, der Seriosität und dem Wahrheitsgehalt des medialen Angebots hierzulande zufrieden. Als zusätzliche Perspektive auf das Weltgeschehen trägt die Satire jedoch zum Diskurs bei und liefert weitere Denkanstöße. Anzumerken ist, dass ein benötigtes Vorwissen zum Verständnis der Satire Gefahren in Bezug auf die am Weltgeschehen desinteressierten und ungebildeten Teile der Bevölkerung bergen kann. Satire ist keine objektive Berichterstattung, sondern gibt ungeachtet der Qualität der Satire die hochgradig subjektive Weltsicht der Satiriker wieder, die in Rücksichtnahme auf diverse Faktoren zu einer Beeinflussung der Rezipienten führen kann. Sowohl vom Gesetz, als auch von der Bevölkerung aus ist

der thematische Spielraum der Satire sehr offen, doch nicht grenzenlos. Satire wird gesetzlich etwa durch Pressefreiheit, Meinungsfreiheit und Kunstfreiheit geschützt, kann jedoch ebenso mit Medienrecht, Strafrecht und Zivilrecht kollidieren - und auch bestimmte kritische Themen sollten für sie tabu sein, wenn es nach den Befragten geht.

This thesis deals with the chances, possibilities and limits that arise with the stylistic principle of satire in journalism for the political public. Methodological reference framework is a well-founded literature research and its analysis, with differentiated opinions, views and factual knowledge of different theorists and personal knowledge and experiences, as well as the results of a web-based survey of journalists, authors and journalism students. The central question is concerned with the extent to which satire-journalism is about to replace classic news journalism. It also addresses the reasons for the increased reception of satire formats as sources of information and the extent to which journalists are influenced by satire in their (political) opinion. Despite great efforts, no representative group of participants could be reached, but the evaluation of the survey was nevertheless carried out with the existing data to supplement the literature research.

At the beginning it is mentioned that the chances and dangers of political satire are difficult to pin down, the work still tries to give an insight into their possibilities and effects. When it comes to the relevance of satire for society, it must be acknowledged that it cannot be universally generalized after thorough research. While in countries such as the USA, where conventional news formats are no longer providing satisfactory, objective information because of populating populism, satire has become an important alternative to information gathering, the so-called "oppositional news". The interviewed target group of journalists, authors and journalists is still satisfied with the objectivity, the seriousness and the contenting truth media offers in Austria. As an additional perspective on the world, satire contributes to the discourse and provides further thought-provoking impulses. It must be noted that the necessary prior knowledge for the understanding of the satire can be a danger in regard to the disinterested and uneducated parts of society. Satire is not an objective reporting, but, regardless of the quality of satire, reflects the highly subjective view of the satirists, which can lead to an influencing of the recipients in consideration of various factors. Both from the law as well as from the population, the thematic scope of satire is very open, but not limitless. Satire is legally protected by freedom of the press, freedom of opinion and freedom of art, but it can also collide with media law, criminal law and civil law - and certain critical issues should be taboo too if the participants would be asked.

Chancen und Gefahren der Satire für politische Öffentlichkeit

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Teilnehmer und Teilnehmerinnen!

Vielen Dank für die Teilnahme an meiner Befragung!

Im Rahmen meiner Masterarbeit im Studienfach Publizistik- & Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien beschäftige ich mich mit dem Thema politischer Satire und dem kritisch betrachteten Diskussionspunkt, ob Satire-Formaten auf dem Weg sind, herkömmliche Nachrichten-Formate sukzessive zu ersetzen.

Im Folgenden finden Sie zu diesem Thema einen Fragebogen, in dem ich versucht habe, verschiedene, für die Arbeit relevante, Blickwinkel zu beleuchten. Bei der Befragung geht es rein um Ihre subjektive Meinung, es gibt keine richtigen oder falschen Antworten. Bitte antworten Sie so ehrlich wie möglich, entsprechend Ihrer persönlichen Erfahrungen und Meinungen. Alle Fragen sind mit nur einer Antwort zu versehen.

Die Daten werden ausschließlich für meine empirische Studie verwendet und somit absolut anonym behandelt. Die Beantwortung der Fragen wird etwa 10 Minuten in Anspruch nehmen.

Sollten Sie Fragen oder Interesse an den Ergebnissen der Studie bzw. der Arbeit haben, können Sie mich gerne jederzeit unter marion.pertschy@hotmail.com kontaktieren.

Vielen Dank für Ihre Zeit und Ihre Mithilfe,

Liebe Grüße,
Marion Pertschy, B.A.

Teil 1 - Demografie

Alter

Geschlecht

Familienstand

Schulabschluss

Teil 2 - Allgemeine Angaben

Verfügbarkeit eines Fernsehgeräts:

- ☐ verfügbar, alleine nutzbar
- ☐ im Haushalt verfügbar
- ☐ kein Fernsehgerät im Haushalt verfügbar

Verfügbarkeit eines PC/ Laptop mit Internetzugang:

- ☐ eigener PC/ Laptop
- ☐ im Haushalt verfügbar
- ☐ kein PC/ Laptop verfügbar

Verfügbarkeit eines Mobiltelefon mit Internetzugang:

- ☐ eigenes Mobiltelefon
- ☐ im Haushalt verfügbar
- ☐ kein Mobiltelefon verfügbar

Welcher Nationalrats-Partei geben Sie den Vorzug bzw. welche dieser Parteien vertritt am ehesten Ihre politische Meinung?

- ☐ SPÖ
- ☐ ÖVP
- ☐ FPÖ
- ☐ Die Grünen
- ☐ NEOS
- ☐ Team Stronach

Teil 3 - Fragen zur Informationsbeschaffung

Welches Medium nutzen Sie vorwiegend zur Informationsbeschaffung?

- ☐ TV
- ☐ Radio
- ☐ Internet/ Online-Formate (PC/ Laptop/ Handy)
- ☐ Print-Formate
- ☐ andere
- ☐ keine

Wie häufig konsumieren Sie herkömmliche Nachrichten-Formate (zB ZiB, Zeitung, etc.)?

- ☐ täglich
- ☐ mehrmals wöchentlich
- ☐ einmal wöchentlich
- ☐ monatlich
- ☐ seltener
- ☐ nie

Welche sind das?

- ☐ Fernsehen z.B. ZiB, Tagesschau, heute, etc.
- ☐ Radio z.B. OE1, OE3, FM4, Kronehit, etc.
- ☐ Online-Zeitungen z.B. derStandard.at, wienerzeitung.at, etc.
- ☐ Print-Zeitungen z.B. Kurier, Die Presse, Kronen Zeitung, etc.
- ☐ keine

☐ sonstige:

Wie häufig konsumieren Sie Satire-Formaten?

- ☐ täglich
- ☐ mehrmals wöchentlich
- ☐ einmal wöchentlich
- ☐ monatlich
- ☐ seltener
- ☐ nie (bitte weiter mit Frage 18)

Über welches Medium konsumieren Sie Satire-Formate?

- ☐ Internet
- ☐ Fernseher
- ☐ keines
- ☐ anderes:

Welche Satire-Formate sind das?

Teil 4 - Persönliche Meinung

Was „empfinden“ Sie beim Konsum von herkömmlichen Nachrichten-Formate?

- ☐ Sie informieren mich über das Weltgeschehen und halten mich in seriöser Form umfassend über alles Wichtige auf dem Laufenden
- ☐ Die Informationen werden zwar eher trocken übermittelt, haben aber auf jeden Fall Wahrheitsgehalt
- ☐ Herkömmliche Medien selektieren die Informationen die sie an ihre Rezipienten weitergeben zu stark vor, es gibt gewisse Tabu-Themen oder für die Medien zu wenig interessante Themen, die gar nicht behandelt werden
- ☐ Ich fühle mich durch herkömmliche Nachrichten-Formate nicht ausreichend und nicht objektiv bzw. in populistisch Form informiert
- ☐ Ich habe mir darüber noch keine Gedanken gemacht
- ☐ Ich empfinde anders:

Zu welchem Zweck verfolgen Sie Satire-Formate?

- ☐ Unterhaltung
- ☐ Informationsquelle
- ☐ Sie sind allgegenwärtig, sich ihnen komplett zu entziehen ist quasi unmöglich
- ☐ Ich verfolge sie nicht

☐ Ich habe andere Gründe:

Aus welcher Intention verfolgen Sie Satire-Formate?

- ☐ Da ich der Meinung bin, dass herkömmliche Nachrichten-Formate unzureichend informieren (relevante Themen werden ausgelassen, etc.)
- ☐ Da ich aufgrund von Falschmeldungen oder populistischer Meldungen, herkömmlichen Nachrichten-Formaten skeptisch gegenüber stehe
- ☐ Da sie die Nachrichten in lockerer und unterhaltender Form vermitteln und es sich so leichter zuhören lässt
- ☐ Wenn über Satire gesprochen wird, möchte ich wissen wovon die Rede ist
- ☐ Ich finde es einfach lustig und sehe es zur Unterhaltung
- ☐ Ich nutze sie nicht

☐ Ich habe andere Gründe:

Glauben Sie, dass alle Informationen die in Satire-Formaten aufgearbeitet werden, der Wahrheit entsprechen?

- ☐ Ja, ich finde die Informationen sehr überzeugend
- ☐ Ich denke, dass nicht alle Informationen der Wahrheit entsprechen, sondern ein wahrer Kern teilweise überzogen dargestellt wird
- ☐ Ich bin der Meinung, dass hier wahre und komplett erfundene Informationen, in einer gemeinsamen Geschichte verpackt werden
- ☐ Ich glaube keine der Informationen, die Satiriker präsentieren

Haben Sie das Gefühl, die in Satire-Formaten dargebrachten Informationen, zu verstehen?

- ☐ Ja, immer
- ☐ Ja, meistens
- ☐ Hin und wieder, kommt ganz auf das Thema an
- ☐ Nein, nur manchmal
- ☐ Nein, nie

Denken Sie, dass für das Verständnis satirischer Inhalte ein gewisses politisches bzw. gesellschaftliches Vorwissen und Wissen über das aktuelle Weltgeschehen essentiell ist?

- ☐ Ja, immer
- ☐ Ja, meistens
- ☐ Hin und wieder, kommt ganz auf das Thema an
- ☐ Nein, nur manchmal
- ☐ Nein, nie

Sind Sie der Meinung, dass die Häufigkeit ihres Konsums von Satire-Formaten mit ihrer politischen Einstellung in Verbindung gebracht werden kann?

- ☐ Ja
- ☐ Nein
- ☐ Darüber habe ich mir noch keine Gedanken gemacht

Warum sind Sie dieser Meinung?

Denken Sie, dass Satire-Formate tendenziell eher politisch links orientiert sind?

- ☐ Ja, ich kenne nur eher linksorientierte Satire-Formate
- ☐ Es gibt zwar auch rechtsorientierte Satire-Formate, linksorientierte Satire-Formate sind jedoch zahlreicher und weiter verbreitet
- ☐ Nein, ich kenne auch zahlreiche rechtsorientierte Satire-Formate

Denken Sie, dass unter Anderem die zunehmende politische Spaltung der Gesellschaft ein Grund für den momentanen Aufschwung von Satire-Formaten ist?

- ☐ Ja, da Satire auf die zunehmenden politischen Spannungsverhältnisse der Gesellschaft reagiert
- ☐ Nein, der Aufschwung resultiert alleine durch eine gesteigerte Medienpräsenz aufgrund von Ereignissen wie dem Anschlag auf Charlie Hebdo oder der Causa Böhmermann und dem immer stärkeren Einfluss von Social Media
- ☐ Ich bin anderer Meinung:

Befürworten Sie die Existenz satirischer Medieninhalte?

- ☐ Ja, sie tragen zur Vielfalt der Informationsmedien bei, behandeln Inhalte, die sonst oft selektiert werden und beleuchten Themen kritisch und in aufgelockerter Weise
- ☐ Ich befürworte nur die Existenz jener satirischen Formate, bei denen der seriöse und wahre Kern noch erkennbar ist
- ☐ Nein, sie betreiben Hetze, polarisieren, Viele missverstehen ihre Inhalte und sie machen sich ohne Rücksicht über Alles und Jeden lustig
- ☐ Ich bin anderer Meinung:

Denken Sie, dass Satire die Chance bietet, mehr Menschen auf der Welt kritische Ereignisse und Vorgänge in der Welt bewusst zu machen?

- ☐ Ja, da sie die Inhalte in aufgelockerter, leicht verständlicher und unterhaltender Form präsentieren und sich ihre Rezipienten zum Verständnis zusätzlich auch anderweitig informieren müssen
- ☐ Nicht wirklich, denn die Meisten rezipieren Satire-Formate vornehmlich zur Unterhaltung
- ☐ Nein, Personen die sich nicht für das Weltgeschehen interessieren, rezipieren auch keine Satire-Formate
- ☐ Ich bin anderer Meinung:

Sind Sie der Ansicht, dass Satire eine Art von Hetze oder Polarisierung betreibt?

- ☐ Nein, Tatsachen kritisch zu beleuchten ist weder Hetze noch eine Art der Polarisierung
- ☐ Nein, allerdings könnten Rezipienten, die die Inhalte nicht oder nicht richtig verstehen es als Hetze auffassen
- ☐ Es variiert vor allem zwischen den verschiedenen Satirikern und auch der Ausrichtung der Medien, in denen sie präsentiert wird
- ☐ Ja, Satire hat durch die geübte Kritik einen stark beeinflussenden und aufhetzenden Charakter
- ☐ Ich bin anderer Meinung:

Denken Sie, dass ungebildete oder uninteressiertere Menschen anfälliger darauf sind, satirische Inhalte falsch zu verstehen?

- ☐ Ja, auf jeden Fall
- ☐ Kommt ganz auf das Thema und die Satiriker an
- ☐ Nein, nicht der Bildungsgrad, sondern das Interesse am Weltgeschehen sind entscheidend
- ☐ Nein, keineswegs

Der Jurist Jan Hedde meinte in einem Spiegel-Artikel „Das ist Satire“: „Satire ist ein Transportmittel für Aussagen, die anders nicht bewegt werden können.“ - Stimmen Sie dieser Aussage zu?

- ☐ Ja
- ☐ Nur teilweise
- ☐ Nein

Die größte Gefahr der Satire ist, nicht verstanden zu werden. - Stimmen Sie dieser Aussage zu?

- ☐ Ja
- ☐ Nur teilweise
- ☐ Nein

Wie stehen Sie zu Kurt Tucholskys Zitat „Was darf Satire? - Alles“?

- ☐ Ich stimme dem Zitat bedingungslos zu, Satire ist eine Kunstform und hat somit ein Recht auf Kunstfreiheit, außerdem kommen hier Meinungsfreiheit und Pressefreiheit zu tragen
- ☐ Ich stimme dem Zitat zu, solange Satire einen wahren Kern behält und keine Tatsachen verfälscht oder erfindet
- ☐ Satire sollte nicht alles dürfen, sondern sollte sich an ein Regelbuch wie etwa den Pressekodex halten müssen und die Gesetze achten
- ☐ Satire sollte strenger durch Medien-, Zivil- und Strafrecht kontrolliert und Vergehen stärker geahndet werden und weit weniger „dürfen“ als sie sich bislang herausnimmt
- ☐ Ich bin anderer Meinung:

Der Politologe Jan-Werner Müller adaptierte ein Zitat Karl Marx' und meinte „Ein Gespenst geht um auf der Welt – Populismus.“ - Wie stehen Sie zu diesem Zitat?

- ☐ Es gibt jeden Grund, die Populisten und vor allem deren Anhänger ernst zu nehmen.
- ☐ Populismus ist kein neues Phänomen, warum sollte also jetzt mehr Grund zur Sorge bestehen.
- ☐ Populisten sind gewöhnliche politische Akteure.
- ☐ Ich habe zwar bereits von diesem Phänomen gehört, kenne mich damit allerdings nicht/ zu wenig aus.
- ☐ Ich bin anderer Meinung:

Sind Sie der Meinung, dass österreichische Medien populistisch sind?

- ☐ Ja, die meisten österreichischen Medien sind einer Partei zugetan
- ☐ Es gibt durchaus populistische Medien in Österreich, sie halten sich jedoch die Waage
- ☐ Nein, die Mehrheit der österreichischen Medien ist nicht populistisch

Denken Sie, dass Satire gegen Populismus wirkungsvoll sein kann?

- ☐ Satire hilft mit ihrer Kritik die vereinfachten, teilweise verfälschten und emotionalisierten Meldungen aufzuklären und nimmt Populisten die Macht in ihrem Auftreten.
- ☐ Satire ist ein guter Anfang aber sicher nicht die alleinige Lösung.
- ☐ Satire ist viel zu „schwach“ und zu wenig gehört um ernsthaft etwas gegen den weltweiten Populismus ausrichten zu können.
- ☐ Ich bin anderer Meinung:

Vielen Dank für Ihre Teilnahme an meiner Studie, die Zeit, die Sie dafür geopfert haben und Ihre Ehrlichkeit in Bezug auf die Antworten!

Bei Fragen können Sie mich gerne jederzeit unter marion.pertschy@hotmail.com kontaktieren.

Liebe Grüße,

Marion Pertschy, B.A.

» **Umleitung auf Schlussseite von Umfrage Online**