



universität  
wien

# MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Fernsehrealität versus Wunschdenken:

Journalismusbilder im Vergleich

*Eine Analyse verschiedener Fernsehserien mit anschließender  
Befragung angehender österreichischer Journalisten.*

Verfasserin

Verena Frank, Bakk.phil

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil)

Wien, im Jänner 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt

066/841

Studienrichtung lt. Studienblatt

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer

Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas



## **Danksagung**

Diese Arbeit zu schreiben war eine sehr interessante Erfahrung, aber auch eine sehr anstrengende Zeit. Bedanken möchte ich mich daher bei allen, die mich währenddessen unterstützt haben und mir beigestanden sind – auch wenn ich nicht jeden Namen einzeln nennen kann. Besonderer Dank gilt natürlich meiner Familie, insbesondere meiner Mutter, Anna Frank. Sie hat immer an mich geglaubt und mich mein ganzes Leben lang in jeder nur erdenklichen Hinsicht unterstützt.

Bedanken möchte ich mich auch bei meinem Freund Julian, für die Geduld, die er während der vergangenen Monate aufgebracht hat. Auch bei Sophie, meiner persönlichen Cheerleaderin, möchte ich mich bedanken. Danke auch an Daniel und Thomas, die mir sehr dabei geholfen haben, die Fernsehanalyse zu ermöglichen. Und natürlich ein Danke an alle Befragten, die an der Umfrage teilgenommen haben.

Last but not least gilt mein Dank meinem Betreuer, Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas.

Ich widme diese Arbeit meiner Mutter.



## **Eidesstattliche Erklärung**

Ich bestätige hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit eigenständig verfasst habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche gekennzeichnet. Andere, unerlaubte Hilfsmittel habe ich nicht verwendet.

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

Klosterneuburg, am 6. Jänner 2009

Verena Frank



# Inhaltsverzeichnis

<b>1. EINLEITUNG</b> .....	<b>1</b>
1.1 FORSCHUNGSFRAGEN UND HYPOTHESEN .....	3
1.2 ZUM STAND DER FORSCHUNG .....	4
<b>A THEORETISCHER TEIL</b> .....	<b>7</b>
<b>2. THEORETISCHES ZUM JOURNALISMUS</b> .....	<b>7</b>
2.1 ZUM BEGRIFF „JOURNALISMUS“ .....	7
2.2 VOM MINNESÄNGER ZUM ONLINE-REDAKTEUR – EIN STREIFZUG DURCH DIE GESCHICHTE .....	14
2.2.1 <i>Die Anfänge: der Druck mit beweglichen Lettern</i> .....	14
2.2.2 <i>Absolutismus und Aufklärung: Anfänge des professionellen Journalismus</i> .....	15
2.2.3 <i>Pressefreiheit und Zensur</i> .....	17
2.2.4 <i>Journalismus in der Zweiten Republik</i> .....	19
2.3 SPÜRNASE VERSUS AUFKLÄRER – BERUFSROLLEN IM JOURNALISMUS .....	23
2.3.1 <i>Der Informationsjournalismus</i> .....	24
2.3.2 <i>Der investigative Journalismus</i> .....	25
2.3.3 <i>Der interpretative Journalismus</i> .....	26
2.3.4 <i>Der sozialwissenschaftliche Journalismus</i> .....	27
2.3.5 <i>Der „New Journalism“</i> .....	28
2.3.6 <i>Der Unterhaltungsjournalismus</i> .....	30
2.4 AUS DER PRAXIS .....	31
2.4.1 <i>Journalismus – Traum oder Alptraum?</i> .....	31
2.4.2 <i>(Ausbildungs-)Wege zum Journalismus</i> .....	33
2.4.3 <i>Wandelnde Anforderungen</i> .....	37
2.4.4 <i>Journalistenmeinung zur Ausbildung</i> .....	39
2.5 JOURNALISTEN IN ÖSTERREICH.....	41
<b>3. DIE FERNSEHSERIE</b> .....	<b>47</b>
3.1 DAS FERNSEHEN UND DAS STEREOTYP .....	47
3.2 ENTSTEHUNG DER SERIE .....	49

3.3 CHARAKTERISTIKA DER FERNSEHSERIE.....	51
3.3 DIE FERNSEHSERIE, EIN PRODUKT DER ZUSEHER? .....	57
3.4 BEZIEHUNGEN ZU SERIENFIGUREN .....	58
3.5 ZU DEN UNTERSUCHTEN SERIEN.....	60
3.5.1 „ <i>Gilmore Girls</i> “ .....	60
3.5.2 „ <i>Smallville</i> “ .....	61
3.5.3 „ <i>Sabrina – Total verhext!</i> “ .....	62
<b>B EMPIRISCHER TEIL.....</b>	<b>65</b>
<b>4. DIE FERNSEHANALYSE.....</b>	<b>65</b>
4.1 ZUR FERNSEHANALYSE ALLGEMEIN.....	65
4.2 DIE VERWENDETE METHODE.....	67
4.3 DER FRAGENKATALOG .....	68
4.4 „GILMORE GIRLS“ – DIE ANALYSE .....	70
4.4.1 <i>Die Einzelergebnisse</i> .....	70
4.4.2 „ <i>Der Journalist</i> “ in den „ <i>Gilmore Girls</i> “ .....	77
4.5 „SMALLVILLE“ – DIE ANALYSE.....	81
4.5.1 <i>Die Einzelergebnisse</i> .....	81
4.5.2 „ <i>Der Journalist</i> “ in „ <i>Smallville</i> “ .....	85
4.6 „SABRINA – TOTAL VERHEXT!“ – DIE ANALYSE .....	89
4.6.1 <i>Die Einzelergebnisse</i> .....	89
4.6.2 „ <i>Der Journalist</i> “ in „ <i>Sabrina – Total verhext!</i> “ .....	93
4.7 JOURNALISMUS: SO WIRD ER IN DEN DREI ANALYSIERTEN TV-SERIEN DARGESTELLT	97
<b>5. DIE BEFRAGUNG .....</b>	<b>103</b>
5.1 ÜBER DIE BEFRAGUNG ALS WISSENSCHAFTLICHE METHODE .....	103
5.2 DER FRAGEBOGEN.....	106
5.3 BEFRAGUNGSERGEBNISSE .....	112
5.3.1 <i>So haben die Jungjournalisten geantwortet</i> .....	112
5.3.2 <i>Die Journalismus-Idealvorstellung</i> .....	115
5.3.3 <i>Unterschiede zwischen Befragten mit und ohne journalistische Praxis</i> .....	116

<b>6. DIE JOURNALISMUSBILDER IM VERGLEICH.....</b>	<b>121</b>
6.1 GEMEINSAMKEITEN DER JOURNALISMUSBILDER .....	121
6.2 UNTERSCHIEDE DER JOURNALISMUSBILDER .....	123
6.3 BEANTWORTUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN UND INTERPRETATION DER ERGEBNISSE .....	124
<b>7. RESÜMEE UND AUSBLICK.....</b>	<b>129</b>
<b>8. LITERATURVERZEICHNIS UND QUELLEN .....</b>	<b>133</b>
<b>9. ANHANG .....</b>	<b>139</b>



# 1. EINLEITUNG

Journalisten begleiten uns unser ganzes Leben lang. Von der Kindheit an begegnen sie uns täglich im Fernsehen, im Radio, in Zeitungen und Magazinen. Sie berichten von Kriegsschauplätzen und politischen Debatten, von Umweltkatastrophen und wirtschaftlichen Zusammenschlüssen, von sportlichen Wettkämpfen und Society-Events. Ob Nordkoreas Atomprogramm oder „Brangelinas Zwillinge“, Weltgeschehen oder Dorftratsch, Ratgeberseiten, Artikeln zur Information oder Kommentare, die Bandbreite ist schier unendlich. Dementsprechend groß ist auch die Faszination, die von diesem Beruf ausgeht.

Immer mehr junge Menschen zieht es in dieses Metier, das nicht nur im Alltag ständiger Begleiter ist, sondern auch in der Literatur, in Film und Fernsehen oftmals dargestellt wird. So berüchtigt dieser Beruf auch ist, so wenig wissen die meisten aber darüber Bescheid. Das Wissen und die Vorstellungen vom Beruf „Journalist“ sind geprägt von dem, was wir sehen und hören – von Freunden und Bekannten ebenso wie von fiktiven Darstellungen.

In Film, Fernsehen und Literatur spielen Journalisten häufig eine große Rolle. Es ist ein Beruf, der spannend dargestellt werden kann, vom Helden bis zum Schurken, vom sensationsgierigen Storyjäger zum übermoralischen Weltverbesserer. Doch diese Darstellungen entsprechen nicht immer der Realität, oftmals sind sie stark überzogen, geprägt von Stereotypen und Klischees. Zuseher, die es nicht besser wissen (können), übernehmen die gesehenen Bilder in ihre Vorstellungen, in ihren Köpfen vermischen sie sich mit der Realität.

Nicht nur unbedarfte Zuseher werden Zeuge dieser Bilder, auch Journalisten selbst werden damit konfrontiert, genauso wie jene, die den Journalismus als Berufsziel auserkoren haben. „Die Role-Models sind heute bekannt aus Funk und Fernsehen. Genauer: Das ist eigentlich seit Jahrzehnten so. Die wichtigsten, massenfähigen Bilder vom Beruf lieferten meist Schauspieler“<sup>1</sup>, weiß auch Andy Kaltenbrunner. Im Gegensatz zu den in Fernsehserien und Filmen gezeichneten Bildern seien Werke über Vorbilder im Journalismus oder Publizistik-Vorlesungen machtlos, brauchbare Wesenszüge für die eigene Karriere fänden Berufseinsteiger vielmehr in fiktiven Darstellungen. Doch Journalisten seien an den Vorstellungen nicht ganz unschuldig, meint Kaltenbrunner. „Was wir über den Journalismus wissen, wissen wir aus den Medien“<sup>2</sup>, meint er.

---

<sup>1</sup> Kaltenbrunner, 2007, S. 74.

<sup>2</sup> Ebd., S. 75.

*„Das öffentliche Bild des Journalismus ist vielfach das veröffentlichte: Mal sind Journalisten Verteidiger der Ohnmächtigen und der Demokratie oder ganz im Gegenteil eher schmierige Gesellen als Trabanten der Macht. Die Bilder setzen sich in den Köpfen fest: Journalisten wahlweise als sensible Schöngeister im Feuilleton oder sensationslüsterne Schreier am Boulevard.“<sup>3</sup>*

Der journalistische Nachwuchs in Österreich hat es nicht leicht. Die Ausbildung ist nicht klar geregelt, der Berufszugang nicht immer leicht. Oft bedarf es einer Vielzahl von Bewerbungen, bis der Betroffene die Chance bekommt, sich meist schlecht oder unbezahlt bei einem Volontariat oder Praktikum zu beweisen. Sie müssen schuften und versuchen positiv aufzufallen, um vielleicht bei dem Medium „hängen zu bleiben“ und sich mühsam hochzuarbeiten.

Auch in Filmen und Fernsehserien werden journalistische Berufsanfänger gezeigt. Einsteiger, Studenten, die sich ihren Platz am Medienmarkt erkämpfen. Wie wirken diese Darstellungen auf Leute, die in der Realität in der gleichen Situation sind? Achten sie dann besonders auf diese Darstellungen? Beeinflussen sie ihre Vorstellungen und Erwartungen? Sind sie eine Quelle für Tipps und Tricks? Oder werden sie überhaupt als realistisch erachtet? Was für eine Rolle spielt der unterschiedliche Kulturraum – amerikanische Serien versus österreichische Realität – in diesem Zusammenhang? Diesen Fragen möchte ich in meiner Magisterarbeit nachgehen.

In der vorliegenden Arbeit werden drei amerikanische Fernsehserien, in denen junge bzw. angehende Journalisten eine wichtige Rolle spielen, analysiert. Gemeint sind die Serien „Gilmore Girls“, „Smallville“ und „Sabrina – Total verhext!“. Dabei soll herausgefunden werden, welches Bild die Serien vom Journalismus zeichnen. Die Ergebnisse werden dann in einem Berufsbild zusammengefasst.

Im nächsten Schritt wird eine Befragung unter österreichischen Nachwuchsjournalisten durchgeführt. Dabei soll die Journalismus-Idealvorstellung der jungen und angehenden Journalisten erhoben werden. Auch die Rezeption von Journalisten in der Fiktion wird bei der Befragung ein Thema sein.

Im Anschluss werden die erhaltenen Ergebnisse miteinander verglichen. Stimmen das Berufsbild aus der Serie und die Idealvorstellung überein? Wo liegen Gemeinsamkeiten und Unterschiede? Wie lassen diese sich erklären? Kann man einen Einfluss von den fiktiven Bildern auf die „Traumvorstellung“ feststellen? Lassen sich junge Journalisten von

---

<sup>3</sup> Ebd.

fiktiven Vorbildern inspirieren? Diese Fragen möchte ich im Rahmen der Magisterarbeit zu beantworten versuchen, wenn auch nicht vollständig und repräsentativ, sondern eher in Form von Tendenzen.

Vorausgehen wird den empirischen Untersuchungen ein Theorieteil über Journalismus im Allgemeinen bzw. die Kommunikatorforschung im Speziellen. Besonderes Gewicht wird dabei auf die Berufsbilder bzw. den Akteur Journalist gelegt. Auch zur Fernsehserie wird es einige allgemeine Erläuterungen geben.

Ich verzichte in dieser Arbeit aus Gründen der leichteren Lesbarkeit auf eine durchgängig geschlechtsneutrale Schreibweise. Wo nicht aus dem Zusammenhang anders hervorgeht, sind bei männlichen Pronomen oder Endungen von Substantiven immer auch die weiblichen Formen mitzudenken.

## 1.1 Forschungsfragen und Hypothesen

Nachstehend sind die Forschungsfragen und Hypothesen angeführt, die mich bei dieser Arbeit geleitet haben.

- **FF1:** Wie sieht das Rollenbild von Journalisten in den amerikanischen Fernsehserien „Gilmore Girls“, „Sabrina – Total verhext!“ und „Smallville“ aus?

Für diese Forschungsfrage werden mit Hilfe der Analyseergebnisse Hypothesen aufgestellt, die dann bei der Befragung überprüft werden.

- **FF2:** Was für eine Idealvorstellung von einem Journalisten haben österreichische Nachwuchsjournalisten?

Siehe obige Erklärung.

- **FF3:** Was für Gemeinsamkeiten und Unterschiede haben das TV-Rollenbild und die Idealvorstellung? Wie kann man diese erklären?

**H3-1:** Das Rollenbild der TV-Serien und die Idealvorstellung weisen mehrere Gemeinsamkeiten auf.

**H3-2:** Auftretende Unterschiede lassen sich großteils durch den unterschiedlichen Kulturraum erklären.

- **FF4:** Wie nehmen junge Journalisten und jene, die diesen Beruf anstreben, die fiktiven Bilder wahr und beurteilen sie?

**H4-1:** Junge und angehende Journalisten achten besonders auf fiktive Journalistenbilder und verwenden diese als Orientierungshilfe.

**H4-2:** Junge und angehende Journalisten lehnen fiktive Bilder als unrealistisch ab.

## 1.2 Zum Stand der Forschung

Das Thema der vorliegenden Arbeit – Jungjournalisten in Fernsehserien und die Ideale des Nachwuchses in der Realität – ist sehr speziell und meines Wissens nach so noch nicht untersucht worden.

Ein ähnliches Thema untersuchte bereits Evelyn Engesser im Jahr 2005 in ihrem Buch „Journalismus in Fiktion und Wirklichkeit“. Dabei verglich sie das Journalistenbild aus literarischen Bestsellern mit Befunden der empirischen Kommunikatorforschung. Auch Cecilia von Studnitz beschäftigte sich 1983 in ihrer Dissertation „Kritik des Journalisten. Ein Berufsbild in Fiktion und Realität“ mit fiktiven Journalistenbildern (vor allem in der Literatur), den dadurch entstandenen Berufsbildern und der Situation in der Realität.

Bücher zu journalistischen Berufsbildern oder der Situation von Journalisten in der Realität gibt es natürlich viele – einige davon werden auch hier in der Arbeit zitiert, wie etwa „Der Journalisten-Report“ und „Der Journalisten-Report II“ von Andy Kaltenbrunner et. al. aus den Jahren 2007 und 2008 oder die Beschreibung der Berufsrollen durch Dagmar Lorenz in „Journalismus“ (2002) oder Hannes Haas in „Empirischer Journalismus“ (1999).

Über Journalisten in Film und Fernsehen gibt es sehr viele Arbeiten. Darunter etwa „Journalism in the movies“ von Matthew C. Ehrlich (2006), in dem er aufzeigt, wie das Image der Journalisten im Film aussieht und wie es die Öffentlichkeit beeinflusst. Larry Langman veröffentlichte 1998 „The Media in the Movies: A Catalog of American Journalism Films, 1900-1996“, in dem er eine Liste von über tausend Filmen erstellte, in denen Journalismus (meist Zeitungsjournalismus) eine Rolle spielt. Hans J. Wulff schrieb 2002 „Journalismus und Medien im Film“ und ging der Darstellung von Journalismus und Medien in Filmen von den 1930ern bis zu den 1990ern auf den Grund. Daneben wurden zahlreiche Diplomarbeiten zu diesem Thema verfasst, wie etwa „Hollywood Journalism“ von Katja Brunner (2006).

Das Image von Journalisten in der Populärkultur wird auch von der USC Annenberg School for Communication erforscht. „The Image of the Journalist in Popular Culture“ ist ein akademisches Online-Magazin, in dem die Aspekte von Journalistenbildern in Film, Fernsehen, Radio, Literatur, Werbung, etc. untersucht und analysiert werden und ihr Einfluss auf die Wahrnehmung von Journalisten in der Öffentlichkeit aufgezeigt wird.

Arbeiten über Jungjournalisten gibt es nur wenige, viel häufiger gibt es Bücher für Jungjournalisten mit Tipps, Ausbildungswegen, Berufsmöglichkeiten, etc. Dazu gehört zum Beispiel Claudia Masts „Handbuch der Journalistenausbildung“ (1996) oder Walther von La Roches „Einführung in den praktischen Journalismus“ aus dem Jahr 2006. Zu den seltenen Arbeiten, in denen es um die jungen Journalisten geht, zählt die Diplomarbeit von Martin Langeder aus dem Jahr 2005. In dieser Arbeit führte der Autor Interviews mit jungen Journalisten über ihre Berufswahl, den Einstieg, den Alltag und Ähnliches.



# A Theoretischer Teil

## 2. THEORETISCHES ZUM JOURNALISMUS

Journalismus – ein Beruf den eigentlich jedes Kind kennt. Ob in Zeitung, Radio, Fernsehen, im Internet, einer Nachrichtenagentur oder einem Magazin – die Möglichkeiten diesen Beruf auszuüben sind vielfältig. Das Wissen über die Realität des Berufs ist in der Öffentlichkeit dennoch gering. Nur wenige haben ein realitätsnahes Bild der Arbeit und des journalistischen Alltags. Vorurteile, Stereotype kursieren. Auch das Image der Journalisten ist nicht das Beste, wie Umfragen zur Angesehenheit der Berufe immer wieder zeigen. In diesem Kapitel soll überblicksmäßig ein Bild des Journalismus gezeichnet werden: die Begriffsklärung, ein geschichtlicher Streifzug, die Berufsrollen, ein Blick in die Praxis und die Ausbildung sowie eine Darstellung der realen Lage in Österreich.

### 2.1 Zum Begriff „Journalismus“

*„Zusammenfassende Bez. für Tätigkeiten, durch die aktuelle Informationen für die Öffentlichkeit inhaltlich gestaltet werden. I. e. S. wird der Begriff auf die Tätigkeit der (hauptberufl.) Journalisten eingeschränkt sowie als andere Bez. für das Pressewesen und (auch abwertend) für die charakteristische Art der Presseberichterstattung verwendet.“<sup>4</sup>*

So lautet die Definition des Wortes „Journalismus“ im Brockhaus. In diesen Sätzen werden einige Dinge erwähnt, die im Zusammenhang mit Journalismus von großer Bedeutung sind: Die Tätigkeit, die Akteure, das gesamte Mediensystem, die Art der Berichterstattung sowie deren Wirkung auf die Gesellschaft. Die Breite der Definition zeigt, wie schwer das Wort Journalismus in eine Bahn gelenkt und kurz zusammengefasst werden kann. Je nach Standpunkt hängt es davon ab, aus welcher Perspektive man diesen Gegenstand betrachtet: aus der Tätigkeit, der Rolle in der Gesellschaft oder der Akteure. Im Folgenden erkennt der Brockhaus auch die gestiegene gesellschaftliche Bedeutung des Journalismus in der Gesellschaft an: Zu den meisten Themen, Ereignissen und Personen (in der Politik) können

---

<sup>4</sup> Brockhaus Band 11, 1990, S.231.

sich die Menschen mangels persönlicher Erfahrungen keine eigene Meinung bilden. Was bleibt, ist sich über Massenmedien zu informieren. Die Rolle, die der Journalismus für das politische Denken und Handeln der Staatsbürger spielt, ist daher bedeutend.<sup>5</sup> Je nach den Bedingungen, in dem Journalismus ausgeübt wird, werden vier Pressetheorien genannt: die autoritäre, in der die Tätigkeit eine dem Absolutismus dienende ist; die liberale, in der der Journalismus als Kontrollinstanz gegenüber den Regierenden fungiert; die Theorie der sozialen und verantwortlichen Presse, welche Fehlentwicklungen, Kommerzialisierung, Einseitigkeit oder Sensationsberichterstattung entgegenwirken soll und die kommunistische Pressetheorie, die eine Abwandlung der autoritären darstellt, die Bevölkerung aber nebenbei zum Kommunismus erziehen soll. Bei dieser Aufteilung bezieht sich Brockhaus auf die amerikanischen Autoren Schramm, Siebert und Peterson.<sup>6</sup>

Auch zur Berufsbezeichnung „Journalist“ ist im Brockhaus eine entsprechende Definition zu finden. Journalist sei ein Wort für Personen, „die an der Verbreitung von Informationen und Unterhaltung durch die Massenmedien beteiligt sind“<sup>7</sup>. Auch unterschiedliche Beschäftigungsformen, Tätigkeitsbereiche und Darstellungsmittel werden erwähnt, womit das breite Spektrum dieses Berufs ausgedrückt wird.

Was im Brockhaus allerdings ausbleibt, ist genau zwischen dem Journalisten und dem Öffentlichkeitsarbeiter zu unterscheiden. Stattdessen fallen hier auch Presse- und Medienreferenten, die für Unternehmen tätig sind, unter den Oberbegriff Journalismus. Diesem Standpunkt kann die Verfasserin aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive heraus nicht zustimmen. Zwischen dem Öffentlichkeitsarbeiter und dem Journalist muss man genau unterscheiden, da beide völlig andere Ziele verfolgen. Ersterem liegt daran, seine Themen unter speziellen Aspekten in die Medien zu bringen und dabei gewisse Effekte zu erzielen – etwa ein Image eines Unternehmens aufzubauen. Dem Journalisten hingegen sollte daran liegen, umfassend, unbeeinflusst und kritisch zu berichten. Aspekte, die Öffentlichkeitsarbeiter bei bestimmten Themen hervorheben, sind für die Journalisten oft nicht die Wichtigsten.

Fachliche Definitionen des Wortes Journalismus gibt es zuhauf. In seinem Werk „Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis, Band 1: Mediensysteme – Medienethik – Medieninstitutionen“ führt Siegfried Weischenberg einige Definitionen von verschiedenen Wissenschaftlern an, wie etwa die von Rudolf Walter Leonhardt stammende

---

<sup>5</sup> Vgl. ebd.

<sup>6</sup> Vgl. ebd.

<sup>7</sup> Ebd., S. 233.

Aussage: „Journalismus nenne ich die als Handwerk betriebene Kunst, Ereignisse des Tages einem großen Kreis von Interessierten bekanntzumachen und zu erklären. Das geschieht in der Presse, im Funk und im Fernsehen.“<sup>8</sup> In dieser Definition wird im Wesentlichen nur auf die Tätigkeit des Journalisten sowie die Medienformen, in denen dieser tätig sein kann, Bezug genommen. Die gesellschaftliche, wirtschaftliche und ethische Perspektive bleiben hier unbeachtet.

*„Die besonderen Leistungen und die besonderen Wirkungen des Journalismus, durch die sich sein Handeln von anderen, an der Öffentlichkeit orientierten Sozialsystemen unterscheidet, bestehen in der Ausrichtung auf die Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation“<sup>9</sup>,*

meint Manfred Rühl. Er legt damit mehr Wert auf das journalistische Handeln selbst als auf die Bandbreite seines Wirkens oder die handelnden Personen.

Sehr akteursbezogen ist dafür der Definitionsversuch von Richard Wrede in seinem „Handbuch der Journalistik“ aus dem Jahre 1902:

*„Journalist (im weiteren Sinne) kann genannt werden, wer für Zeitungen und Zeitschriften gewerbsmässig [sic!] Aufsätze oder kleinere Beiträge liefert oder bearbeitet. Es würden also hierher gehören: Redakteure; Korrespondenten; ständige Mitarbeiter eines oder mehrerer Blätter; freie Schriftsteller, die nach Lage des Falls diesem oder jenem Blatt Artikel aktuellen Inhalts senden; Reporter, Rechercheure, u.s.w. [...] Journalismus ist die Gesamtheit derjenigen beruflichen Beziehungen, die sich aus der geistigen Mitarbeiterschaft an Zeitungen ergibt [sic!].“<sup>10</sup>*

Wrede nimmt hier allein auf den Beruf des Journalisten Bezug. Interessant ist, dass bereits im Jahr 1902, aus dem das Zitat stammt, die Bandbreite an Möglichkeiten, in welcher Form eine Person als Journalist tätig sein kann, so groß war. Schon damals gab es beispielsweise Unterschiede hinsichtlich der Anstellungsform (wie etwa Redakteur oder Freier Mitarbeiter). Im Journalismus insgesamt sieht Wrede die Gesamtheit aller in dieser Sparte Mitwirkenden vereint, zur Tätigkeit selbst, zur Arbeitsform oder deren Bedeutung für die Gesellschaft nimmt der Autor hier aber nicht Stellung.

Weischenberg selbst definiert den Journalismus im Alltagsverständnis als die Tätigkeit, die von als „Journalisten“ bezeichneten Personen ausgeführt wird. Er sieht dies aber offenbar als „kleinen Nenner“<sup>11</sup>, der weit hinter die ursprüngliche, vor über 150 Jahren entwickelte Idee zurückfällt, den Journalismus als Zeitgespräch einer Gesellschaft mit ihren aktuellen

---

<sup>8</sup> Leonhardt, 1976, S. 7. Zitiert nach: Weischenberg, 2004, S. 40.

<sup>9</sup> Rühl, 1980, S. 322f. Zitiert nach: Weischenberg, 2004, S. 40.

<sup>10</sup> Wrede, 1902, S. 3f. Zitiert nach: Weischenberg, 2004, S. 38.

<sup>11</sup> Weischenberg, 2004, S. 40.

Stimmungen und Widersprüchen zu verstehen. Der Journalismus ist hier ein sozialer Prozess, auf die Journalisten selbst wird dabei kaum Bedacht genommen. Dieser umfassende Begriff ist in der Wissenschaft einer medienzentrierten Perspektive gewichen. Die Reduzierung auf die Tätigkeit, analysiert Weischenberg, verstellte jedoch den Blick auf die sozialen, politischen und ökonomischen Bedingungen, die festlegen, was Journalismus ist und welche Folgen ebendieser hat. Erst das Aufkommen der empirischen Kommunikationsforschung nach dem Zweiten Weltkrieg in den USA habe gezeigt, dass Journalismus nicht allein auf den Akteur konzentriert werden könne. Durch die Kommerzialisierungs- und Technisierungsprozesse sei die Schwierigkeit, Journalismus klar zu definieren, sogar noch größer geworden. Nur ein komplexer Medienbegriff könne der Situation gerecht werden, so Weischenberg. Einen solchen Begriff sieht er in der Systemtheorie gegeben, die den Journalismus als Handlungszusammenhang begreift, der in soziale Prozesse eingebunden ist.<sup>12</sup>

Demnach ist die Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation eine Funktion – und zwar die primäre – des Journalismus. Gekennzeichnet wird das durch das Aktualitätsprinzip, welches Aktualität, Relevanz und Information vereint. Verzichten Journalisten bei ihrer Tätigkeit auf das Aktualitätsprinzip, sondern stellen Ereignisse selbstständig her, bewegen sie sich laut Weischenberg außerhalb des Journalismus in einem Bereich, der eigentlich zur Public Relations gehört.<sup>13</sup>

Im Gegensatz zu der weiter oben beschriebenen Journalismus-Definition aus der Brockhaus-Enzyklopädie unterscheiden Kommunikationswissenschaftler also durchaus zwischen Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit und heben die Unterschiede zwischen diesen beiden Tätigkeiten hervor.

Was Weischenberg ebenso erwähnt, ist, dass sich trotz aller Forschungen der Journalismus in vielen Facetten dem systematischen empirischen Zugriff entzieht – also dass vieles, vor allem was soziale und psychologische Prozesse in den Redaktionen angeht, der Kommunikationswissenschaft nicht bekannt ist. Dabei liegt vor allem hier die Grundlage des Journalismus: wie man eine Geschichte erzählen muss, wie Medien Wirklichkeit konstruieren.<sup>14</sup>

Diesen Zeilen liegt der Konstruktivismus zugrunde: Die Annahme, dass durch die Medien Wirklichkeit konstruiert wird, aus denen sich wiederum die Rezipienten eine eigene Wirklichkeit schaffen.

---

<sup>12</sup> Vgl., ebd., S. 41f.

<sup>13</sup> Vgl. ebd., S. 42-46.

<sup>14</sup> Vgl. ebd., S. 48f.

*„Die Medien liefern Wirklichkeitsentwürfe; ihre Journalisten konstruieren Wirklichkeit. Sie tun dies freilich nicht willkürlich, sondern auf der Grundlage von Regeln, die sie gelernt haben und über die innerhalb des Systems Journalismus Konsens besteht; dieses System existiert nicht im luftleeren Raum, sondern ist Teil einer sozial konstruierten Wirklichkeit.“<sup>15</sup>*

Doch nicht allein die Medien sind für das Wirklichkeitsbild zuständig. Konstruktivisten sind der Meinung, dass jeder einzelne Mensch letztlich seine eigene Wirklichkeit konstruiert, abhängig von verschiedensten kognitiven Prozessen. Diese These steht gegen die Annahme der allmächtigen Medien. Die Medien bieten demnach nur Möglichkeiten an, wie sich Wirklichkeit gestalten kann, können aber nicht entscheiden, welches dieser Angebote wir verwenden, um unsere eigene Wirklichkeit zu gestalten. Der moderne Mensch ist jedoch einer Fülle von Informationsangeboten ausgesetzt, die am nächsten Tag vergessen, veraltet oder unwichtig sein könnten. Was jemand weiß und welches Weltbild er aufgebaut hat, ist daher sehr verschieden. Ein „wahres“ und ein „falsches“ Bild gibt es nicht, nach Meinung der Konstruktivisten kann man die konstruierten Bilder nicht an der Realität messen. „Wirklichkeitskonstruktionen sind subjektabhängig, aber nicht willkürlich“<sup>16</sup>, schreibt Weischenberg. Schließlich müsse man sein eigenes Weltbild mit dem anderer abstimmen, es sei intersubjektiv und könne nicht für sich alleine stehen.<sup>17</sup>

Zurück zur Definition. Rund um den Journalisten als Medienakteur gehören auch dessen Kontexte, die Weischenberg kreisförmig darum angeordnet sieht. Außen befinden sich die Normen des Mediensystems, die sozialen Rahmenbedingungen, die historischen und rechtlichen Grundlagen, die Kommunikationspolitik sowie die Berufsstandards. Weiter innen steht der Strukturkontext des Journalismus, darunter ökonomische, politische, organisatorische und technologische Imperative der Medieninstitution. Direkter „Nachbar“ des Journalisten ist die Ebene des Funktionskontexts des Journalismus. Hier geht es um Leistungen und Wirkungen des Systems: Informationsquellen, Berichterstattungsmuster, Darstellungsformen, Nachrichtenfaktoren, etc.

Im innersten des Systems befinden sich – wie oben erwähnt – die Medienakteure selbst. „Letztlich autonom bei ihren Wirklichkeitskonstruktionen, sind sie doch eingeschlossen in Normen-, Struktur- und Funktionszusammenhänge, die ihr Handeln bis zu einem gewissen Grad bestimmen.“<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> Ebd., S. 61.

<sup>16</sup> Ebd., S. 66.

<sup>17</sup> Vgl. ebd., S. 61 und 65f.

<sup>18</sup> Ebd., S. 70.

Weischenberg betrachtet in seinen Ausführungen also alle Dimensionen und Perspektiven des Journalismus, er legt sich nicht auf eine exakte, den Gegenstand in einem oder zwei Sätzen zusammenfassende Definition fest sondern analysiert den gesamten Bereich rundherum.

In „Journalismus in der Gesellschaft“ geht Weischenberg gemeinsam mit Armin Scholl einen anderen Weg. Er unterscheidet zunächst drei kaum miteinander verbundene Strömungen der Journalismusforschung, die sich von unterschiedlichen Journalismusverständnissen ableiten lassen.

Darunter befindet sich die normativ-ontologische Publizistikwissenschaft, die sich auf die Medienakteure als geistige Gestalter von Medienbotschaften konzentriert. Anders ist das bei soziologisch inspirierten Konzepten wie dem Professionalisierungsansatz, der sich mit Rollen- und Sozialisationsaspekten beschäftigt. Daneben existiert noch die Gatekeeperforschung, die Selektions- und andere redaktionelle Verarbeitungsprozesse in den Vordergrund stellt.<sup>19</sup>

Beschäftigt man sich im Rahmen der Kommunikatorforschung empirisch mit Journalismus, ist die große Bandbreite des Handlungsfeldes ein Problemfaktor – was sich in vielen Definitionen in Handbüchern niederschlägt. Hier versuchten die verschiedenen Autoren den kleinsten gemeinsamen Nenner zu finden, der lediglich berücksichtigt, dass Journalismus eine berufliche Tätigkeit für Massenmedien ist, wobei aktuelle Aussagen gestaltet werden. Solche Definitionen sind jedoch defizitär, denn bei der Beschränkung auf die Person im Journalismus werden jegliche strukturelle Faktoren außer Acht gelassen. Diese definieren jedoch, was Journalismus ist: ein vielfältig vernetztes soziales Gebilde.<sup>20</sup>

Dass Journalismus kaum in einer Form als allgemeingültig definiert werden kann, sieht auch Dagmar Lorenz als gegeben an.

*„In unserer viel zitierten Informationsgesellschaft kommt der Tätigkeit rund um die Auswahl, Bearbeitung, Gewichtung und Vermittlung von Informationen zwar immer größere Bedeutung zu, doch geht dieser Bedeutungszuwachs einher mit einer zunehmenden Entgrenzung des Journalistischen etwa hin zur Unterhaltung (Infotainment), Public Relations und ‚Moderation‘.“<sup>21</sup>*

---

<sup>19</sup> Vgl. Scholl/Weischenberg, 1998, S. 27.

<sup>20</sup> Vgl. ebd., S. 28f.

<sup>21</sup> Lorenz, 2002, S. 3.

Sie sieht also die weiter oben bereits erwähnte Grenze zwischen Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit schwinden oder zumindest verschwimmen. In weiterer Folge verwirft die Autorin das von anderen Wissenschaftlern aufgestellte Dogma der Unparteilichkeit. Diese habe lediglich als ideale Forderung eine Berechtigung, tatsächlich zeige jedoch die Geschichte der Presse, dass journalistische Berichterstattung zu jeder Zeit abhängig von politischen Rücksichten, wirtschaftlichen Interessen oder gar unverhohlenen staatlichen Zensurvorschriften gewesen sei.<sup>22</sup> Auch das Selbstverständnis der Journalisten, die sich je nach Ort und Zeit als Missionare, Spürhunde, Gesprächsanwälte usw. sehen, widerspreche der These der Unparteilichkeit.

Auf eine konkrete Journalismus-Definition verzichtet auch Hannes Haas in seinem Buch „Empirischer Journalismus“. Stattdessen umschreibt er wesentliche Aspekte rund um das Thema. Demnach beschäftige sich Journalismus „mit der gesellschaftlichen Wirklichkeit, den Menschen und ihrem Zusammenleben, dem Alltag, seinen Bedingungen und Zäsuren.“<sup>23</sup> Die Themen und Fragestellungen entwickle der Journalismus aus Alltagsproblemen.

*„Journalisten stehen an der vordersten Front gesellschaftlicher Veränderungen, sie müssen, um rasch auf Wandel reagieren zu können, ein entsprechendes Sensorium entwickeln und weiterschulen. Daher leisten sie mit jeder Recherche, die über die Kurzfristigkeit und Einseitigkeit unmittelbarer – und nicht selten außergeleiteter – Kommunikationsbedürfnisse hinausgeht, auch die notwendigen Voraussetzungen für die wissenschaftliche Analyse.“<sup>24</sup>*

Dies belege den gesellschaftlichen Mehrwert von Journalismus, so Haas. Nicht nur das Reduzieren der Komplexität und die Bereitstellung von Themen seien also journalistisch bedeutend, vielmehr sei eine Gesellschafts- und Kulturleistung darunter zu verstehen. Wie viel der Journalismus nun wirklich leisten könne, hänge aber davon ab, wie die Strukturen und Bedingungen des Journalismus zu jenen des Systems stehen.

Eine Journalismus-Definition müsste für die Autorin möglichst jeden Aspekt berücksichtigen: die Tätigkeit in ihrer Vielfalt (Print, Hörfunk, TV,.../Berichte, Kommentare, Reportagen,...), die Medienakteure (angestellt oder frei/ Redakteure, Reporter, Korrespon-

---

<sup>22</sup> Vgl. ebd., S. 4.

<sup>23</sup> Haas, 1999, S. 21.

<sup>24</sup> Ebd.

dentem,...), den Nutzen für bzw. die Aufgabe in der Gesellschaft und die politischen, wirtschaftlichen wie sozialen Rahmenbedingungen.

## **2.2 Vom Minnesänger zum Online-Redakteur – ein Streifzug durch die Geschichte**

Zu wissen, was in der Welt passiert, war für die Menschheit immer schon interessant. Was man heute durch ein paar schnelle Klicks im Internet oder beim Zappen im Fernsehen einfach, schnell und aktuell erfährt, war früher ein langwieriger Prozess. In diesem Kapitel soll ein kurzer Überblick über die Entwicklungen gegeben werden.

### **2.2.1 Die Anfänge: der Druck mit beweglichen Lettern**

Der Beginn der neueren Medien- und Pressegeschichte wird in der Regel in der Mitte des 15. Jahrhunderts datiert, als Gutenberg den Druck mit beweglichen Lettern erfand. Zeitungen – was der ursprünglichen Bedeutung nach ein Synonym für Nachricht war – gab es natürlich schon vorher. Beamte und Kaufleute pflegten ihrem Briefverkehr Nachrichten beizulegen, die weder persönlich noch geschäftlich von Interesse waren. Diese Beilagen konnte der Empfänger dann vervielfältigen und weitergeben. Vor allem an Höfen und in Handelszentren war dies eine geläufige Form der Kommunikation. Mit der Verdichtung des Handels wurden die großen Handelszentren Europas auch zu Kommunikationszentren. Je nach Standort waren Nachrichten aus den Regionen interessant, mit denen ein reger Handel betrieben wurde. So liefen etwa in Wien vor allem die Nachrichten aus der Balkanregion zusammen. Übermittelt wurden die Botschaften damals durch einzelne Kuriere oder die kaiserliche Reichspost, die von der Familie Thurn und Taxis betrieben wurde, die sogenannte Ordinari-Post. Die Postverbindungen wurden im Laufe der Jahre immer enger und konnten mit Beginn des 17. Jahrhunderts auch von Privatpersonen genutzt werden.<sup>25</sup>

In dieser Zeit bildeten sich auch Ansätze der professionell betriebenen Zeitungsschreiberei heraus. Die mit dem Briefverkehr eintreffenden Nachrichten wurden zum fixen Bestandteil, der regelmäßig übermittelt und als „Avisen“ bezeichnet wurde. Sie wurden handschriftlich verfasst und stammten meist von Diplomaten, Offizieren oder Hofbeamten, die

---

<sup>25</sup> Vgl. Lorenz, 2002, S. 12f.

sich durch den Verkauf ihrer Nachrichten an einen festen Kundenstamm (Kaufleute oder Fürsten beispielsweise) ein Nebeneinkommen sicherten.<sup>26</sup>

Das Entstehen und die Ausbreitung der ersten periodischen Zeitungen kann mit einigen wenigen Fakten begründet werden. Durch den Druck mit beweglichen Lettern konnten in einer Woche mehrere hundert Zeitungen hergestellt und somit der Abonnementkreis entscheidend vergrößert werden. Davon profitierten auch die Drucker, die ihren Profit verbesserten, indem sie die vorhandenen Druckkapazitäten bestmöglich ausnützten. Ein wirtschaftliches Interesse hatten auch die Schreiber der Nachrichten sowie die Postmeister, welche sie verbreiteten, da sie an dem Verkauf der Nachrichten verdienten. Ein mindestens ebenso starkes Interesse hatte die politische Elite, die geistliche und weltliche Obrigkeit im Lande. Für Herausgabe und Vertrieb benötigten die Unternehmer eine staatliche Erlaubnis – so wurden einerseits die Staatskassen aufge bessert und andererseits konnten die Blätter der zur politischen Loyalität verpflichteten Drucker als Mitteilungsorgan verwendet werden.<sup>27</sup>

## **2.2.2 Absolutismus und Aufklärung: Anfänge des professionellen Journalismus**

Das 18. Jahrhundert war von zwei wesentlichen Strömungen geprägt. Auf der einen Seite stand der absolute Herrscher, der darum bemüht war, das Pressewesen und damit auch seine Untertanen zu kontrollieren und zu beeinflussen. Auf der anderen Seite stand die Aufklärung und eine bürgerliche Öffentlichkeit, die sich für politische und wirtschaftliche Belange interessierte, Zeitungen las, darüber diskutierte und schließlich auch Mitwisserschaft an staatspolitischen Entscheidungen forderte.

Generell nahmen die Lesefähigkeit und damit auch die Lust am Lesen im 18. Jahrhundert durch die verbesserte Schulpolitik stark zu. Dadurch gab es auch einen Aufschwung im Buchhandel sowie eine zahlenmäßige Zunahme an Zeitungen. Neben Zeitungen kamen auch Zeitschriften auf, für die allerdings verschiedene Bezeichnungen gebraucht wurden. „Man sprach von ‚Journalen‘, von ‚Wochenschriften‘, ‚Monatsschriften‘ oder gar von ‚Acta‘ oder ‚Ephemeriden‘.“<sup>28</sup> Eine allgemeingültige Definition war aufgrund der vielen unterschiedlichen Publikationen kaum möglich, einige wesentliche publizistische Merk-

---

<sup>26</sup> Vgl. ebd., S. 13.

<sup>27</sup> Vgl. ebd., S. 15 und Duchkowitsch, 2001, S. 21.

<sup>28</sup> Lorenz, 2002, S. 19.

male waren den Blättern jedoch gleich: Sie erschienen seltener als Zeitungen, vermittelten nicht derart aktuelle Inhalte und auch das Themenspektrum war meist eingeschränkt – vor allem, wenn es sich um Fachpublikationen handelte – daher war auch ihre Zielgruppe kleiner.

Neben den Fachzeitschriften kamen auch andere Blätter auf den Markt, die heutzutage mit Hochglanzmagazinen, die über den Klatsch und Tratsch der Stars berichten, gleichzusetzen wären. Diese Zeitschriften berichteten über die Belange des Hofes und richteten sich vor allem an höfisch-aristokratische Kreise.<sup>29</sup>

Ebenfalls populär war die sogenannte Gesprächspresse. Hier wurden in Form eines fiktiven Dialogs, der vor Eingriffen der Zensur schützen sollte, politische Probleme, literarische Neuerscheinungen und vieles mehr erörtert.<sup>30</sup>

Daneben existierten auch noch moralisch-belehrende und unterhaltende Schriften. Themen waren menschliche Tugenden und Torheiten mit lehrhaften Aspekten. Man appellierte an die Vernunft und pries das Ideal einer sittlich-geläuterten Lebensführung. Vor allem diese Zeitschriften sind eng in Zusammenhang mit der Aufklärung zu sehen: „Die Publizisten jener Epoche wollten aufklären, rasonieren und informieren – und sie wollten zugleich unterhalten und nützliche Kenntnisse verbreiten: [...]“<sup>31</sup>, schrieb Lorenz. Die Schreiber wollten ihr Publikum auch zum selbstständigen Denken animieren. Mit ihrer Kritik am System kamen die jeweiligen Autoren aber nicht immer weit: Zensur und Vorzensur waren im Absolutismus bestimmend und wiesen die Kritiker in ihre Schranken.<sup>32</sup>

„Die Epoche der Aufklärung wird von der Forschung gelegentlich als Geburtsstunde des Journalismus bezeichnet.“<sup>33</sup> Durch die Nachfrage nach Lesematerial musste zwangsläufig auch die Zahl der Autoren für selbiges steigen. Oft waren es wirtschaftliche Gründe, die die Autoren dazu zwangen, sich neben ihrem Hauptberuf durch das Schreiben einen Nebenerwerb zu sichern. Die Herausbildung des Journalismus als Profession ist großteils auf die populären Medien – wie die „Intelligenzblätter“ (Anzeigenblätter), die moralischen Wochenschriften sowie die politischen Zeitschriften zurückzuführen.<sup>34</sup>

Auch Vorläufer von heute üblichen journalistischen Textgattungen waren damals in Gebrauch. Einige davon stammten ursprünglich aus der Literatur und wurden dann in die

---

<sup>29</sup> Vgl. ebd., S. 19f.

<sup>30</sup> Vgl., ebd., S.20f.

<sup>31</sup> Ebd., S. 22.

<sup>32</sup> Anm.: Siehe Kapitel 2.2.3.

<sup>33</sup> Lorenz, 2002, S.24.

<sup>34</sup> Vgl. ebd., S. 25.

periodische Presse übernommen und angepasst, wie etwa satirische oder glossierende Darstellungsformen, die bereits im 16. Jahrhundert Eingang in die damals üblichen Flugschriften gefunden hatten. Ein Vorgänger des Leitartikels war der politische „gelehrende Artikel“, der in Zeitschriften und anspruchsvolleren Zeitungen des 18. Jahrhunderts verwendet wurde. Ein Vorgänger der Reportage war der Reisebericht des 18. und 19. Jahrhunderts, der häufig literarisch inspiriert war.<sup>35</sup>

### 2.2.3 Pressefreiheit und Zensur

Die wichtigsten Themen, die sich auch durch weite Teile der Pressegeschichte ziehen, sind die Pressefreiheit und die Zensur. Die Zensur diente als wirksamstes Mittel zur Bildung und Kontrolle von kollektiven Geisteshaltungen, vor allem im Absolutismus.

Zahlreiche Arten der Zensur wurden zu den verschiedenen Zeiten angewendet, wie etwa die Vorzensur (die Prüfung der Schriften vor dem Druck), die Nachzensur (Prüfung nach fertigem Druck) oder der Kautionszwang (ein gewisser Betrag musste bei der Obrigkeit hinterlegt werden und wurde im Bedarfsfall eingetrieben). Hielt man sich dennoch nicht an die Zensurvorschriften, wurden die verbotenen Druckwerke konfisziert und vernichtet und es drohten Strafen von Geldbußen bis zu Berufsverboten oder Freiheitsstrafen. Im Laufe der Jahre wurde die Pressefreiheit immer lauter gefordert.<sup>36</sup>

In Österreich begann das Volk verstärkt gegen Ende des 18. Jahrhunderts die Freiheit des Pressewesens zu fordern. Erste Maßnahmen wurden gesetzt und wieder zurückgenommen<sup>37</sup>. Im Laufe der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts, dem sogenannten Vormärz, wurde die geistige Einschränkung durch die Zensur immer größer und willkürlicher. Den Zusammenbruch erlitt das absolutistische System schließlich bei der Revolution im März 1848. „Am 15. März, zwei Tage nach Beginn der „Wiener Revolution“, war eine der Hauptanliegen erfüllt: Aufhebung der Zensur und Gewährung voller Pressefreiheit.“<sup>38</sup> Während der von März bis Oktober andauernden Revolutionszeit kam es zur massenhaften Gründung von Tages- und Wochenzeitungen sowie Zeitschriften. Ideologisch reichte die Bandbreite von konservativ bis ultraradikal. Die wichtigste Zeitung war die „Constitution“,

---

<sup>35</sup> Vgl. ebd., S. 26f.

<sup>36</sup> Vgl. ebd., S. 32.

<sup>37</sup> Anm.: Gemeint sind hier die „erweiterte Pressefreiheit“ unter Joseph, II. sowie die Kontrollen des Volks durch die Geheimpolizei, der Medien durch die Stempelsteuer und die Kriminalisierung der öffentlichen Kritik durch das Kriminalgesetz.

<sup>38</sup> Duchkowitsch, 2001, S. 34.

die bereits eine Woche nach Gewährung der Pressefreiheit gegründet wurde. Sie war ein Blatt der demokratischen Kreise, die auf die Erfüllung eines weiteren wichtigen Anliegens der Revolution drängte: die Einsetzung einer Verfassung. Auch bezüglich der sozialen Frage<sup>39</sup> nahm das Blatt das Wort an sich. Die soziale Frage war es auch, die maßgeblich zum letztendlichen Scheitern der Revolution beitrug. Zwischen dem Bürgertum und den verarmten Arbeitern gab es immer mehr Konflikte, auch durch die verschiedenen politischen Gruppierungen wurden die Unstimmigkeiten noch weiter angeheizt. Die militärische Gegenrevolution fand schließlich im Oktober statt: Blutige Konfrontationen mit mehreren Toten und Verletzten, darunter auch der Kriegsminister Latour, der vom Mob gelyncht wurde, waren die Folge. Mit Hilfe kroatischer Truppen wurde die Revolution Ende Oktober endgültig beendet: Am 28. setzte der Generalangriff auf Wien ein, drei Tage später war der Widerstand gebrochen, auf beiden Seiten insgesamt etwa 3000 Tote zu beklagen. Daraufhin mussten sämtliche Zeitungen ihr Erscheinen einstellen, die Pressefreiheit war Geschichte.<sup>40</sup>

Politische Bewegungen in der Zeit des Postabsolutismus führten zur Gründung von Parteien, es vollzog sich ein Wandel in der Gesellschaft. Mit dem Staatsgrundgesetz von 1867 gelang schließlich ein Durchbruch. Nicht nur das Vereins- und Versammlungsrecht wurden beschlossen, sondern auch das Recht auf freie Meinungsäußerung sowie die Pressefreiheit waren nun eine gesetzliche Tatsache.<sup>41</sup>

In der Zeit des Nationalsozialismus war die Presse wieder alles andere als frei. Zeitungen wurden konfisziert, Redaktionen ausgetauscht und „gleichgeschaltet“, politisch anders ausgerichtete Presseprodukte konnten nur im Untergrund erscheinen. In einem Gespräch mit Verlegervertretern stellte Goebbels, der Minister für Volksaufklärung und Propaganda klar, was von Seiten der Medien erwartet werde: „Positiv am Neubau des Staates mitwirken, keine Kritik üben und in keiner Weise an der Gestaltung der Reichspolitik aktiv teilnehmen.“<sup>42</sup>

Auch das Handeln der Journalisten wurde vom Staat bestimmt. Das Schriftleitergesetz regelte, wer Berufszugang hatte und welche Funktionen Journalisten ausüben sollten. Zusätzlich wurden Berufsgerichte eingerichtet, die Verstößen gegen den Nationalsozialis-

---

<sup>39</sup> Anm.: Bekämpfung des Pauperismus.

<sup>40</sup> Vgl. ebd., S. 41-46.

<sup>41</sup> Vgl. ebd., S. 55f.

<sup>42</sup> Ebd., S. 67.

tischen Journalismuskodex zu ahnden hatten. So wurden über tausend Journalisten an der weiteren Ausübung ihres Berufs behindert.

*„Das Schriftleitergesetz wurde gerade dadurch, dass es den Journalisten zum Willensvollstrecker des Staates erklärte, zum wichtigsten Instrument der totalitären Presselenkung. Dadurch, dass es vom Journalisten verlangte, seinen Beruf ausschließlich im Einklang mit nationalsozialistischer Weltanschauung auszuüben, verlor er seine berufliche Mobilität, seine ‚Unabhängigkeit‘.“<sup>43</sup>*

Spezielle Zensurmaßnahmen waren durch die Lenkung der journalistischen Arbeit direkt an der Quelle also nicht mehr notwendig. Dazu gab es noch Presseanweisungen und regelmäßige Pressekonferenzen vom Propagandaministerium, wo u.a. Weisungen für die Behandlung politischer Themen erteilt wurden. Auch sogenannte Tagesparolen wurden ausgegeben. Diese bestimmten, welche Themen hervorgehoben und welche möglichst vernachlässigt werden sollten.<sup>44</sup>

Auch Rundfunk, Film und Wochenschau spielten im Nationalsozialismus eine große Rolle. Die Hörfunkgeräte wurden stark verbilligt, sodass auch ärmere Schichten sie sich leisten konnten. In öffentlichen Räumen, wie Betrieben oder Gaststätten gab es für gewisse Sendungen einen Pflichtempfang – diese mussten übertragen werden. Die Nationalsozialisten verstaatlichten auch die Filmindustrie und unterwarfen diese ihren Vorstellungen. Vor allem in Dokumentarfilmen und in den Wochenschauen verbreitete das Regime seine Ideologie und Nachrichten.<sup>45</sup>

## **2.2.4 Journalismus in der Zweiten Republik**

Der Wiederaufbau eines Pressewesens nach 1945 gestaltete sich nicht als einfach. Österreich war von den alliierten Mächten besetzt und wurde in jeder Hinsicht kontrolliert – so musste die Erlaubnis, eine Zeitung herauszugeben, von den Besatzungsmächten eingeholt werden, denen auch Kontroll- und Zensurrechte vorbehalten waren. Diese Lizenzen wurden anfangs nur an politische Parteien vergeben. Am Beginn der Wiedererrichtung stand die von SPÖ, ÖVP und KPÖ gemeinsam herausgegebene Zeitung „Neues Österreich“. Ihr folgten weitere Parteizeitungen sowie – unter Aufsicht der Besatzer – unabhängige Zeitungen wie die „Oberösterreichischen Nachrichten“ oder die „Salzburger Nachrichten“.

---

<sup>43</sup> Ebd., S.69.

<sup>44</sup> Vgl. ebd., S. 70ff.

<sup>45</sup> Vgl. ebd., S. 72ff.

*Die Wiedererrichtung des österreichischen Pressewesens war so stark vom Wunsch nach eigenen österreichischen Tageszeitungen geprägt, daß [sic!] es Ende 1946 einschließlich der Besatzungszeitungen bereits 36 Zeitungseinheiten gab, die damals zwar nur mit sehr geringem Umfang (oft nur zwei bis vier Seiten), aber bereits mit einer Druckauflage von 2,5 Mio. täglichen Exemplaren erschienen.<sup>46</sup>*

Nach der Phase des Wiederaufbaus am Beginn der Fünfziger Jahre bestand der Zeitungsmarkt aus unabhängigen, Partei- und Besatzungszeitungen. Letztere verloren jedoch bald an Bedeutung, sie wurden von Österreichern übernommen oder mit dem Abzug der Alliierten eingestellt. In den Jahren nach 1945 setzte allgemein ein Konzentrationsprozess ein und die Zahl der Zeitungen sank. Gab es 1946 noch 36 Blätter, waren knapp 20 Jahre später, im Jahr 1965, nur mehr 25 Zeitungen verfügbar. 1990 waren am österreichischen Zeitungsmarkt nur mehr 17 Tageszeitungen erhältlich.<sup>47</sup> Wiederum fast 20 Jahre später, im Jahr 2008, ist die Zahl fast gleich geblieben: Zu dieser Zeit gab es 16 Tageszeitungen am österreichischen Markt (Stand August 2008).

Die größten Verlierer der Pressekonzentration waren die Parteiblätter. Ihre Blütezeit erlebten sie Anfang der Fünfziger, als sich parteiunabhängige und parteizugehörige Zeitungen im Hinblick auf die Druckauflagen die Waage hielten. Danach ging der Auflagenanteil der Parteiblätter jedoch rapide zurück und sie verloren insgesamt stark an Bedeutung.

Ein Nebeneffekt der Konzentration war das Aufkommen von Auflagenriesen – wie der „Neuen Kronen Zeitung“, dem „Kurier“ und der „Kleinen Zeitung“. Während die „Kleine Zeitung“ gegenwärtig hauptsächlich in der Steiermark und Kärnten eine Rolle spielt, gelang es dem „Kurier“ und der „Neuen Kronen Zeitung“ sich ab Mitte der Siebziger Jahre mit regionalen und lokalen Ausgaben in ganz Österreich einen Namen zu machen.

Eine besondere Erfolgsstory verzeichnete dabei die „Kronen Zeitung“. Gemessen an Druckauflage, tatsächlich verkauften Exemplaren und nach Media-Analyse ermittelten Leserzahlen, die zwischen 40 und 47 Prozent schwanken, ist das Blatt eindeutig Marktführer in Österreich. Und auch international betrachtet ist die Tageszeitung der Reichweite nach mindestens eine der erfolgreichsten Zeitungen – wenn nicht überhaupt die erfolgreichste.<sup>48</sup>

Die Journalisten in der österreichischen Geschichte haben, mit einigen wenigen Ausnahmen, selten eine tragende Rolle gespielt oder viel Ansehen genossen. Erst die Moderni-

---

<sup>46</sup> Pürer, 1990, S. 2.

<sup>47</sup> Vgl. ebd., S. 2f.

<sup>48</sup> Vgl. Kaltenbrunner et al., 2007, S. 37.

sierung und Integration in die westliche Kultur, der wirtschaftliche Aufschwung und die Nationwerdung in den Siebziger Jahren der Zweiten Republik haben ein neues Selbstbewusstsein der Intellektuellen und Journalisten zur Folge gehabt. Mit dem Wandel zur Informationsgesellschaft vollzogen das Land und der Journalismus auch einen weiteren Schritt, „in dem die Massenmedien als quasi ‚vierte Gewalt‘, jedenfalls als ‚vierte Macht‘ fungieren.“<sup>49</sup>

Weitere Kriterien, die laut Fabris auf eine Besserstellung des Berufes hinweisen: Der häufige Wechsel von Journalisten in politische Ämter, steigende Einkommen sowie einige Vergünstigungen durch den Presseausweis. Wenngleich der offene Berufszugang und die unregelmäßige Ausbildung auf fehlende Professionalisierung hinweisen, deutet die den Journalisten zugeschriebene und von anderen Einflussgruppen, wie Wirtschafts- und Sozialpartnern oder Politikern, erteilte Macht auf eine gewisse Form der Elite hin.<sup>50</sup>

Der österreichische Medienmarkt in der Zweiten Republik ist in sich eng miteinander verbunden und auch von Einflüssen aus Deutschland geprägt. Vor allem innerhalb des Pressewesens sind die Eigentumsverhältnisse teils sehr stark verflochten. Bereits gegen Ende der Achtziger Jahre stieg die WAZ-Gruppe<sup>51</sup> bei der „Neuen Kronen Zeitung“ und dem „Kurier“ ein und die Mediaprint wurde gegründet. Diese ist für Produktion, Vertrieb, Marketing und Anzeigenverkauf der beiden Tageszeitungen zuständig. Später schlossen sich vor allem über den Kurier noch einige Wochen- und Monatsmagazine, darunter die große News-Gruppe, an, was zu einer starken horizontalen und vertikalen Konzentration am Printmedienmarkt führte, die kartellrechtlich in vielen anderen westlichen Staaten undenkbar gewesen wäre. Auch heute ist diese Verlagsgruppe mit einem Jahresumsatz von rund einer halben Milliarde Euro marktbeherrschend wie eh und je.<sup>52</sup>

Auch „Der Standard“ und die „Tiroler Tageszeitung“ waren eine Zeit lang zum Teil in deutscher Hand. Der Springer-Verlag, ein Tageszeitungsriese in Deutschland, war zur Hälfte am 1988 gegründeten „Standard“ und zu 45 Prozent an der „Tiroler Tageszeitung“ beteiligt. Der Verlag zog sich jedoch wieder aus Österreich zurück. Anteile (49 Prozent) am „Standard“ hat nun der Süddeutsche Verlag.<sup>53</sup>

Doch auch ohne deutsche Beteiligung bildete sich in Österreich eine weitere große Verlagsgruppe heraus: die Styria-Gruppe. Ursprünglich nur auf den Lokalmärkten in der

---

<sup>49</sup> Fabris, 1991, S. 13.

<sup>50</sup> Vgl. ebd., S. 13f.

<sup>51</sup> Anm.: Westdeutsche Allgemeine Zeitung.

<sup>52</sup> Vgl. Fabris, 1991, S. 43.

<sup>53</sup> Vgl. ebd., S. 45 und Pürer, 1990, S. 11.

Steiermark und Kärnten (besonders bei der „Kleinen Zeitung“) tätig, übernahm der Konzern ab 1991 schrittweise „Die Presse“ und nach einem Kauf von 50 Prozent 2006 auch das „WirtschaftsBlatt“. Daneben engagierte sich die Verlagsgruppe auch noch am Magazinmarkt und im Ausland. Der Gesamtumsatz des Unternehmens liegt heute also nur knapp hinter dem der Mediaprint und ist deren einziger überregionaler Konkurrent.<sup>54</sup>

Auch im Rundfunksektor war der österreichische Medienmarkt in der Zweiten Republik lange Zeit von einem Monopol geprägt. Private Anbieter neben dem öffentlich-rechtlichen ORF waren bis weit in die Neunziger Jahre nicht erlaubt, wodurch der ORF eine alles beherrschende Position hat(te). Kritiker sprechen angesichts der späten Modernisierung oftmals von Österreich als einem „Medien-Albanien“.

Mittlerweile sind sowohl private Radio- als auch Fernsehprogramme zugelassen. Die Entwicklung der heimischen Privatsender geht jedoch langsam voran, da hier – durch die frühe Zulassung von Privatfernsehen in Deutschland – ausländische Fernsehsender eine gute Stellung am Markt haben. Der erste bundesweit zugelassene private Fernsehsender in Österreich war „ATV plus“ (heute nur noch „ATV“). Durch die starke Konkurrenz von ORF und deutschen Privatsendern läuft die Entwicklung der Reichweiten aber nur langsam.<sup>55</sup>

Vergleichsweise flott ging die Entwicklung der österreichischen Privatradios voran. Hier gelang die Öffnung des Markts schon etwas früher, bereits 1993 wurde ein Privatradiogesetz für zehn Sender beschlossen, das jedoch einige Lücken aufwies, weshalb nur zwei private Hörfunksender 1995 auch den Betrieb aufnahmen. Bis 1997 dauerte die Reparatur des Gesetzes: Ein wichtiger Punkt dabei war, die Zahl der möglichen neuen Sender noch weiter zu erhöhen. Dennoch bleiben die Radio-Programme des ORF auch Jahre nach der Liberalisierung immer noch Marktführer. Vor allem der Sender „Ö3“ sowie regionale Rundfunkprogramme haben nach wie vor eine absolute beherrschende Position.<sup>56</sup>

Eine Entwicklung vor allem der letzten eineinhalb Jahrzehnte ist der Journalismus im World Wide Web. Hatten 1996 nur vier Prozent der österreichischen Haushalte einen Internet-Anschluss, so waren zehn Jahre später, Ende 2006, bereits zwei Drittel aller Österreicher über 14 Jahren im Internet unterwegs.<sup>57</sup> Sowohl die Verbreitung als auch die

---

<sup>54</sup> Vgl. Kaltenbrunner et al., 2007, S.43ff.

<sup>55</sup> Vgl. ebd., S. 54f.

<sup>56</sup> Vgl. ebd., S. 58ff.

<sup>57</sup> Vgl. ebd., S. 61.

Nutzung des Internets ist seit Jahren im Steigen. Das Internet ist nicht nur eine Kommunikations- und Einkaufsmöglichkeit, sondern auch eine wichtige Informations- und Recherchequelle. Jedes etablierte Medium hat eine Website, auf der wichtige und aktuelle Nachrichten abgerufen werden können. So entstand ein neuer Berufszweig: der Online-Redakteur. Im Gegensatz zu den meisten anderen Journalisten ist sein Tätigkeitsfeld sehr breit und nicht nur auf eine Tätigkeit, wie beim Printjournalisten auf das Schreiben, beschränkt. Der Online-Redakteur arbeitet multimedial – mit Text, Bild, Grafik, Ton und sogar Video. „Als zentrales Berufsfeld von Journalistinnen und Journalisten hat sich das Internet aber noch nicht etabliert.“<sup>58</sup> Im Gegensatz zur Gesellschaft, in der das digitale Zeitalter bereits weit fortgeschritten ist, ist das nämlich beim Journalismus noch nicht der Fall.

*Und dennoch bleibt Zeit, dass mehr als 80 Prozent täglich das Radio aufdrehen, fast drei Viertel eine Tageszeitung zur Hand nehmen, an einem durchschnittlichen Tag zwei Drittel der Österreicher fernsehen. In ihrer Mediennutzung sind die Konsumenten bereits konvergent. Der Journalismus ist es noch nicht. Ihm bleibt aber diese ganz wesentliche Perspektive zur Erweiterung des Berufsfeldes. Dieses expandiert – aber weit langsamer, als man angesichts der rasanten Entwicklung der Kommunikationstechnologie vermuten möchte.“<sup>59</sup>*

Das Feld des Online-Journalismus ist also noch mitten in der Entwicklung, einer Professionalisierungsphase. Für Journalisten bleibt zumindest die Möglichkeit einer Nische, einer neuen Berufsform.

## **2.3 Spürnase versus Aufklärer – Berufsrollen im Journalismus**

Berufsrollen unterscheiden kann man im Journalismus in vielerlei Hinsicht. Ein Kriterium kann das Arbeitsfeld sein – Fernsehjournalismus, Printjournalismus, Agenturjournalismus, usw. Ein anderes Kriterium kann das jeweilige Fachgebiet des Journalisten sein: Politikjournalist, Kulturjournalist, Wirtschaftsjournalist, etc. Etwas differenzierter und weitläufiger ist dagegen eine Differenzierung nach Weischenberg und Haas. Sie unterscheiden nach Themenwahl, Rechercheform, textlicher Umsetzung und Präsentation. Diese Kategorisierungen ergeben Ideale von gewissen Rollenmustern: dem Informations-, dem investigativen, dem interpretativen, dem sozialwissenschaftlichen Journalismus und dem

---

<sup>58</sup> Ebd., S. 64.

<sup>59</sup> Ebd., S. 65.

„New Journalism“. Derartige Rollenbilder in ihrer Reinform in der Realität anzutreffen ist eher ein Ding der Unmöglichkeit – in der Realität sind sie vermischt, teils kombiniert, überschneiden sich und Grenzen verschwimmen. Auf den folgenden Seiten werden die Rollenbilder genauer erläutert, da diese eine wichtige Basis für die empirische Erhebung darstellen.

### 2.3.1 Der Informationsjournalismus

Der Informationsjournalismus oder die objektive Berichterstattung sieht den Journalisten als unabhängigen und neutralen Vermittler von Fakten und Ereignissen, der sich jeder Wertung oder Kommentierung enthält. Der Journalist berichtet dabei aus allen Gesichtspunkten und überlässt dem Leser eine Beurteilung der Lage. Diese Berufsrolle dürfte aus dem 19. Jahrhundert aus den USA stammen, als die Nachrichtenagenturen ihren Journalisten eine Art Neutralitätsgebot verordneten.<sup>60</sup>

Auch nach wie vor hat die Objektivität im Journalismus einen hohen Stellenwert und ein ebenso hohes Diskussionspotenzial. Kritiker bezweifeln, dass objektive Berichterstattung überhaupt möglich ist, da kein Journalist unabhängig von seiner Soziodemographie, seiner Herkunft und Umgebung sowie seiner Sozialisation berichten könne und objektiver Journalismus daher nicht mehr als ein unerreichbares Ideal sei. Der Ruf nach Objektivität ist jedoch nach wie vor laut.

*„Die Verpflichtung zu Objektivität und Unabhängigkeit hat einen zentralen Stellenwert im Journalismus öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten mit konkreten journalistischen Arbeitsanweisungen. Das Prinzip der Objektivität wird nicht als idealtypische philosophische Kategorie, sondern als Handlungsanweisung zur täglichen Konstruktion von Wirklichkeit interpretiert. Die Programmrichtlinien des ORF verlangen von den Redakteuren, die Vielfalt der im öffentlichen Leben vertretenen Meinungen zu berücksichtigen. Auch in den Kommentaren und Sachanalysen wird Objektivität durch Ausgewogenheit gefordert.“<sup>61</sup>*

In der Praxis bedeutet objektive Berichterstattung Ausgewogenheit, die Berücksichtigung sämtlicher zuverlässiger Informationsressourcen, kritische Beurteilung der erhaltenen Informationen nach Richtigkeit und Nachrichtenwert, eine Quellenangabe sowie der Einbezug sämtlicher relevanter politischer und gesellschaftlicher Strömungen.<sup>62</sup>

---

<sup>60</sup> Vgl. Haas, 1999, S. 102.

<sup>61</sup> Ebd., S. 104.

<sup>62</sup> Vgl. ebd.

Als typische Arbeitshaltungen sieht Dagmar Lorenz einerseits das passive Gatekeeping, andererseits die aktive Recherche.<sup>63</sup> Unter Gatekeeping versteht man das Selektieren von wichtigen Nachrichten aus der täglichen Flut von eingehenden Informationen aus Pressesaussendungen, PR-Informationen und ähnlichem. Dabei richten sich die handelnden Personen im Wesentlichen nach Nachrichtenwerten, wie z.B. Nähe, Relevanz und Aktualität. Je mehr Kriterien ein Ereignis erfüllt, desto wahrscheinlicher wird darüber berichtet. Im Normalfall wird diese Aufgabe in erster Instanz von den Nachrichtenagenturen übernommen, welche ihre Meldungen dann an andere Medien und Agenturen weiterleiten.

Kritiker des Informationsjournalismus bemängeln, dass er die Hintergründe, Ursachen und Interpretationen ausklammere. „Bis heute richtet sich die Kritik insbesondere gegen das stark vergrößernde Wirklichkeitsmodell, das auf diese Weise zustandekommt.“<sup>64</sup>

### 2.3.2 Der investigative Journalismus

Ein moralischer Wächter, ein Anwalt der Gesellschaft, ein Spür- oder gar ein Wachhund – diese Zuschreibungen soll der investigativ arbeitende Journalist verkörpern. Bei dieser Berufsrolle geht es vor allem um eines: Verborgenes aufzudecken. Das zeigt auch schon der Begriff – „investigare“ stammt aus dem Lateinischen und bedeutet soviel wie untersuchen, ermitteln. Besonders in Filmen und Romanen ist diese Berufsdarstellung weit verbreitet und hat somit das Bild in der Öffentlichkeit stark geprägt – kein Wunder, schließlich bietet diese Berufsrolle die meiste Spannung für die Zuschauer. Vor allem seit der Watergate-Affäre in den Siebziger spukt dieses Journalistenbild in den Köpfen vieler Menschen herum.

*„Das dabei wiederbelebte alte Selbstbild vom Reporter als Detektiv, der schonungslos Korruption in Staat und Gesellschaft aufdeckt und so zum Gewissen der Gesellschaft wird, vermag offenbar in weitgehend ‚entpersönlichten‘ Journalismus-Systemen besondere Attraktivität zu entfalten.“<sup>65</sup>*

Abschätzig wurden investigativ arbeitende Journalisten auch als „Muckrakers“ bezeichnet, was so viel wie „im Dreck wühlen“ bedeutet – auch das verwundert nicht, die aufgedeckten Geschichten hatten schließlich selten positive Auswirkungen für die Beteiligten.

---

<sup>63</sup> Vgl. Lorenz, 2002, S. 80.

<sup>64</sup> Weischenberg, 2002, S. 113.

<sup>65</sup> Ebd., S. 116.

Folgen für die Betroffenen sind schließlich auch ein Ziel des investigativen Journalisten, wenn er Missstände in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft aufdeckt.

Anders als beim Informationsjournalismus, wo Fakten recherchiert und Aussagen zitiert werden, liegt dem investigativen Journalismus eine intensive Recherche zugrunde, bei der man sich eben nicht auf die Bequemlichkeiten des Informationsjournalismus verlassen kann, sondern Wahrheitsbeweise erbringen und sich somit hier und da auch in heikle Situationen bringen muss. Allein die Recherchemethoden, derer sich der Journalist für solche Geschichten zuweilen bedienen muss, sind oft hart an der Grenze des Erlaubten.

*„Solcher Journalismus erfordert Kompetenz und ein hohes Maß an Autonomie. Das primäre Funktionsziel ist Kontrolle und Kritik, das Rollenbild pendelt zwischen ‚Wachhund‘ und ‚Anwalt‘, es wird engagiert und/oder parteilich wahrgenommen, die Faktenpräsentation ist demnach eine subjektive.“<sup>66</sup>*

Verwandte des investigativen Journalismus sind der Enthüllungs- und der Sensationsjournalismus. Anders als bei der investigativen Recherche stößt der Enthüllungsjournalist aber nicht von selbst auf die brisante Thematik. „Die Informationen selbst kommen hier ‚aus dem Apparat‘ – Insider liefern sie gegen Bezahlung oder (seltener) zur eigenen moralischen Entlastung.“<sup>67</sup> Den Sensationsjournalismus oder auch Schlüssellochjournalismus könnte man hingegen als missgebildete Form des investigativen Journalismus bezeichnen. Aufgedeckt werden hier nämlich weniger politisch oder gesellschaftlich relevante Skandale, sondern private. Vorbild sind die angelsächsischen Boulevardblätter, Meister im Durchstöbern des Privatlebens Prominenter.<sup>68</sup>

### **2.3.3 Der interpretative Journalismus**

Der interpretative Journalismus ist entstanden, weil vor allem im Informationsjournalismus Defizite erkennbar wurden. Dieser berichtete lediglich die nüchternen Fakten, weshalb die Nachrichten abgehoben, lebensfern und zusammenhangslos wurden. Beim interpretativen Journalismus hingegen werden Hintergründe und Zusammenhänge abgeklärt, der Journalist schlüpft hier in die Rolle eines Erklärers. Sein primäres Ziel ist die Meinungsbildung, die vor allem in Glossen, Kommentaren und Leitartikeln verfolgt wird. Ein klassische Textform für diesen Journalismusstil ist die „Newsmagazine-story“: Sie verbindet die

---

<sup>66</sup> Sims, 1982, S. 12. Zitiert nach: Haas, 1999, S. 106f.

<sup>67</sup> Weischenberg, 2002, S. 117.

<sup>68</sup> Vgl. Lorenz, 2002, S. 95.

faktenorientierte Geschichte mit der Interpretation, folgt einer künstlichen Erzähldramaturgie, bei der es aber um reale Personen und Begebenheiten geht.<sup>69</sup>

*„Fakten werden in größere Zusammenhänge gestellt, ihre Hintergründe recherchiert: die Analyse wird zu einem Teil des Berichts. Nicht die Weitergabe der Nachrichten steht im Vordergrund, sondern ihre Bewertung, das Messen an einer Weltsicht. Isolierte Informationen werden kommentiert, um Orientierungsangebote zu schaffen.“<sup>70</sup>*

Kritiker bemängeln, dass dies einhergeht mit einer Selektion der Nachrichten, die eine gewisse Weltanschauung begünstigt, während eine andere unter den Tisch fällt.

Drei verschiedene Rollenselbstverständnisse können im interpretativen Journalismus unterschieden werden. Zum einen gibt es den Journalisten, der sein Publikum bilden und erziehen will. Er verfolgt primär pädagogische Ziele, versucht anspruchsvollere Medieninhalte durchzusetzen und sieht sich als Hüter gesellschaftlicher und kultureller Normen. Zum anderen gibt es den Journalisten, der sich selbst als Kritiker und Kontrolleur politischer und gesellschaftlicher Prozesse sieht. Kritik äußert er in meinungsbildenden Textformen, Kontrolle in enthüllenden Berichten mit einem investigativen Element. So soll ein Bereich abgedeckt werden, der von den Kontrollinstanzen der Politik nicht ausreichend ausgefüllt wird. Zum dritten gibt es den Journalisten, der sich als Anwalt gesellschaftlich unterprivilegierter Gruppen versteht und deren Partei ergreift, indem er für sie eine Kommunikationshilfe darstellt.<sup>71</sup>

### **2.3.4 Der sozialwissenschaftliche Journalismus**

Dieser Journalismusstil wird auch als Präzisionsjournalismus bezeichnet. Im Wesentlichen geht es darum, journalistische Recherchen zur Wirklichkeit mit sozialwissenschaftlichen Methoden zu kombinieren und dadurch zu objektivieren. Auch wenn Präzision und Genauigkeit Werte sind, die in jeder Form des journalistischen Schreibens zu den Grundanforderungen gehören, wird bei diesem Journalismusverständnis noch mehr Wert darauf gelegt. Dadurch sollen vor allem Verlässlichkeit und Gültigkeit Merkmale der Berichterstattung und die Nachrichten dadurch seriöser, glaubwürdiger und realitätsnäher werden. Vor allem in Bereichen der quantitativen Sozialforschung kann der Präzisionsjournalismus Vorteile ausspielen: Dies betrifft etwa das Gebiet der Meinungsforschung, wo viel mit Zahlen gearbeitet wird. Ein Beispiel hierfür ist die Wahlberichterstattung.

---

<sup>69</sup> Vgl. ebd., S. 87.

<sup>70</sup> Haas, 1999, S. 105.

<sup>71</sup> Vgl. ebd. sowie Lorenz, 2002, S. 88.

Nach diesen Vorstellungen arbeitende Journalisten sollen gleich zwei Rollenbilder in einer Person vereinen: das des Wissenschafters und das des Reporters.

*„Potentiell stellt der ‚Präzisionsjournalismus‘ die perfekte Verbindung der beiden Systeme Wissenschaft und Journalismus dar, er ist Synonym für eine Berichterstattung mit sozialwissenschaftlichen Ansprüchen. Angelpunkt ist dabei eine Recherche, die den methodologischen Bedingungen der empirischen Sozialforschung folgt.“<sup>72</sup>*

Vor allem in den USA wurde dieses Journalismusverständnis propagiert, es fand aber auch im deutschsprachigen Raum Aufnahme.

Natürlich hat ein solches Konzept der journalistischen Arbeit Befürworter und Gegner, Vor- und Nachteile. Die vermittelten Informationen seien härter, verlässlicher und könnten Intuition, Spekulation und zufällige Beobachtungen ersetzen, welche häufig Basis für Artikel darstellen, schreibt Haas. Eine Integration der sozialwissenschaftlichen Methodik in den Journalismus sei zwar gut und möglich, ein rein wissenschaftlicher Journalismus aber unmöglich.<sup>73</sup> „Journalisten ohne entsprechende oder mit nicht ausreichenden Voraussetzungen würden notgedrungen als Sozialwissenschaftler dilettieren.“<sup>74</sup> Als Ende einer solchen Entwicklung fürchtet Haas die Selbstaufgabe des Journalismus und die Verwässerung der Sozialwissenschaft. Stattdessen plädiert er für eine Arbeitsteilung zwischen den wissenschaftlichen Experten der Forschung und den journalistischen Experten der Recherche und Vermittlung.<sup>75</sup>

### **2.3.5 Der „New Journalism“**

Was unter „New Journalism“ zu verstehen ist, ist nicht immer ganz klar. Prinzipiell muss festgehalten werden, dass nicht jede neu aufkommende Journalismusströmung dem „New Journalism“ zuzuordnen ist, sondern dieser eine eigene Gattung ist. Grundsätzlich ist damit eine sehr subjektive Art der journalistischen Berichterstattung gemeint, die sehr eng mit der Literatur verwandt ist. „Offene Subjektivität und radikale Opposition zum restriktiven Methodenkanon des Informationsjournalismus mit seiner strikten Trennung von Nachricht und Kommentar, von Fiction und Nonfiction“<sup>76</sup>, so beschreibt Haas einige entscheidende Merkmale. Eine andere Bezeichnung für diese Sparte lautet daher auch literarischer Journalismus. Denn diese Autoren versuchen nicht nur Texte zu schreiben, sie versuchen

---

<sup>72</sup> Haas, 1999, S. 108.

<sup>73</sup> Vgl. ebd., S. 109 und 111.

<sup>74</sup> Ebd., S. 111.

<sup>75</sup> Vgl. ebd., S. 112.

<sup>76</sup> Haas, 1999, S. 340.

Wirklichkeit zu rekonstruieren. Diese entsteht aus Fakten und Fiktionen, Metaphern und inneren Monologen, dramatischen Konstrukten, Szenewechseln, Emotionen und Dialogen. Eine große Rolle spielte dabei auch immer der Schreiber selbst, wodurch dem Geschriebenen Persönlichkeit eingehaucht wurde. Besonderen Aufschwung erhielt diese Bewegung in den Sechzigern und Siebzigern in den USA unter Journalisten und Autoren wie Tom Wolfe, Truman Capote, Hunter S. Thompson und Norman Mailer.

Die Themen des „New Journalism“ sind vielfältig und dem Alltag entnommen, können aber nicht auf ein bestimmtes Gebiet eingegrenzt werden. Oftmals handelt es sich dabei um eher schwierige und komplexe Themengebiete, die nicht unbedingt als aktuell, sondern eher latent sind, wie etwa soziale Dramen, Bürgerrechtsbewegungen oder Studentenunruhen.<sup>77</sup> Wichtig war jedenfalls eines: Orientierung durch Zusammenhang. Hier war vor allem der Einsatz der Sprache samt Wortspielen, Metaphern, etc. von großer Bedeutung, da diese dem Leser ein nicht so vertrautes Thema aufbereiten sollten.

Zum Konzept des „New Journalism“ gehört auch, dass sich der Reporter auf seine Recherche ganz und gar einlässt, sie sehr zeitaufwendig und intensiv betreibt. Der Journalist soll – ganz anders als beim Informationsjournalismus – nicht kurz, knapp, distanziert und objektiv, sondern ausführlich, aus einer subjektiven Perspektive heraus und in die Tiefe gehend berichten. Das ist zugleich auch der größte Kritikpunkt dieses Journalismusstils – denn „New Journalism“ wird aufgrund ebendieser Merkmale zuweilen auch als „Parajournalismus“ bezeichnet. Parallelen zum investigativen Journalismus sind an der Recherchetechnik erkennbar. Anders ist hier aber auf jeden Fall die Art der Präsentation.<sup>78</sup>

Die Gefahr beim „New Journalism“ besteht vor allem darin, dass er durch die offene Mischung von Fakten und Fiktion an Glaubwürdigkeit verliert.

*„'New Journalism' stellt allemal eine Gratwanderung dar: Der lebensvollen, teilnehmenden Schilderung durch den Einsatz dramaturgischer Mittel auf der einen Seite steht auf der anderen Seite eine Selbstbestätigungspropaganda gegenüber, die entweder zum kunstgewerblichen Betroffenheitskitsch oder zur puren Fiktion gerinnen kann.“<sup>79</sup>*

Dem gegenüber steht Haas: „Und Unsinn wäre es auch, den Verzicht auf literarisierte Darstellungen von Fakten und Ereignissen per se schon zum Qualitätskriterium für Journalismus zu stilisieren: (...)“<sup>80</sup> Objektivität in einer Berichterstattung könne man

---

<sup>77</sup> Vgl. ebd., S. 345.

<sup>78</sup> Vgl. Lorenz, 2002, S. 100.

<sup>79</sup> Ebd., S. 102.

<sup>80</sup> Haas, 1999, S. 348.

nämlich auch durch eine Offenlegung der Subjektivität erreichen, meint er. Dadurch würden komplexe Themen ihre Abstraktheit verlieren und Zusammenhänge leichter nachvollziehbar werden.<sup>81</sup>

### 2.3.6 Der Unterhaltungsjournalismus

Er gehört nicht zu den klassisch definierten Rollenbildern in der Literatur, wie Haas und Weischenberg sie anführen. Unterhaltungsjournalismus spielt in der Bandbreite der Journalismusverständnisse aber dennoch eine große Rolle. Zu ihm gehören der populäre, der Boulevard-, der Ratgeber- oder auch der Lifestyle-Journalismus im Gegensatz zum seriösen Meinungs- und Informationsjournalismus. Trennen könnte man diese zwei Gegensätze auch mit Hilfe der Begriffe „hard news“ für den seriösen und „soft news“ für den Unterhaltungsjournalismus. Ob diese Abgrenzung tatsächlich sinnvoll ist, ist eine andere Frage. Unterhaltung und Information schließen einander nicht per se aus und dass nur seriöse Nachrichten Informationen enthalten, ist schlichtweg falsch. Fernseh- und Rundfunkprogramme sind etwa zur Unterhaltung verpflichtet und auch ein Blick in die Geschichte der Presse zeigt, dass schon im 18. Jahrhundert die populären Lesestoffe, wie etwa die Moralischen Wochenschriften, Information und Wissen einschlossen.<sup>82</sup>

Eine Reihe von Merkmalen zum Inhalt und zur Darstellungsform definiert den populären Journalismus. Behandelt werden Nachrichten aus dem Alltag für eine bestimmte Leserschaft, die in leicht verständlicher Weise aufbereitet werden. Führende Textart ist dabei die Reportage, Hintergrundberichterstattung wird eher weggelassen. Typische Themen sind aus dem Sport oder der Unterhaltungsbranche und es wird viel illustriert. Eine hohe Erfolgs- und Zielgruppenorientierung soll die Leser an das Blatt binden, was durch billige Verkaufs- und Abonnementpreise verstärkt wird.<sup>83</sup> Diese Merkmale der Popularisierung betreffen aber nicht nur Boulevardblätter, sondern diese gibt es auch zunehmend in „seriösen“ Medien: Da Medien allgemein nicht nur ein Informations-, sondern auch ein Freizeitangebot darstellen, muss darauf in der Branche mehr und mehr Wert gelegt werden und strikte Grenzen zwischen Unterhaltung und Information verschwimmen.

Ähnlich dem „New Journalism“ wird im Unterhaltungsjournalismus Fakt mit Fiktion vermengt. Die Nachrichten werden als Geschichte erzählt und haben narrative Qualität, die Wurzeln dieser Journalismusspielart liegen in der volkstümlichen Erzählung.

---

<sup>81</sup> Vgl. ebd.

<sup>82</sup> Vgl. Lorenz, 2002, S. 110f.

<sup>83</sup> Vgl. ebd., S. 112.

## 2.4 Aus der Praxis

Journalist – für viele eine Traumberuf, ein lang gehegter Wunsch. Doch wie erreicht man dieses Ziel? Wie wird man Journalist, was für Ausbildungswege gibt es, wie fasst man Fuß in der Branche? Ist Journalismus wirklich ein Traumberuf? Diesen Fragen widmet sich dieses Kapitel.

### 2.4.1 Journalismus – Traum oder Alptraum?

Für viele Menschen, besonders für Außenstehende, ist Journalismus ein Traumberuf schlechthin. Die Macht der Medien, des eigenen Wortes, andere beeinflussen, Themen setzen, immer überall dabei sein, viel Geld verdienen, nur spannende Arbeitstage – all diese Möglichkeiten schillern und glänzen um die Wette. Doch von der Realität sind diese Vorstellungen oft weit entfernt. „Denn von außen betrachtet, sieht man vor allem die Möglichkeiten, die dieser Beruf bietet. Von innen hingegen die Beschränkungen. Zwar sind die Möglichkeiten enorm. Die Beschränkungen allerdings auch: (...)“<sup>84</sup> schreibt Dieter Bornemann. Eines ist klar: Ohne Geld geht im Journalismus nichts. Ein Medium, das wirtschaftlich am Boden ist und an allen Ecken und Enden sparen muss, bietet sicher nicht den schillernden Traumberuf. Dann sind Redaktionen unterbesetzt, Termine und Recherchemöglichkeiten können nicht wahrgenommen werden, stattdessen müssen immer mehr Agenturmeldungen und Ähnliches einfach so übernommen werden. Es gibt keine Korrespondenten im Ausland, also auch keine Berichte aus erster Hand und keine Dienstreisen.

Viele Medienprodukte sind wirtschaftlich angeschlagen, die Konkurrenz ist groß. Für Berufseinsteiger ist es daher schwer, einen guten Job zu ergattern. Viele Anwärter kämpfen um wenige Stellen, die anfangs oft nicht gut bezahlt sind und wo eine Anstellung in weiter Ferne ist – in Zeiten der prekären Arbeitsverhältnisse ist die Zahl der Freien Mitarbeiter im Journalismus besonders groß. Auch die wirtschaftliche Not wirkt sich auf die journalistischen Tugenden aus: Die Möglichkeit zur Kritik wird geringer. „Wer für gesponserte Wellness-Beilagen schreiben muss, wird zum opportunistischen Dienstleister umprogrammiert. Die angespannte Joblage im Journalismus zwingt viele, im Sinne der PR, des Herausgebers oder der Anzeigenabteilung zu arbeiten.“<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> Bornemann, 2004, S. 9.

<sup>85</sup> Dunst, 2004, S. 20.

Auch Spannung oder gar Risiko sind nicht zwangsläufig Bestandteil des Journalisten-Alltags. Im Fall von Kriegsreportern an der Front mag dies ja stimmen, der 0815-Journalist, der im Heimatland in der Redaktion arbeitet, ist aber normalerweise keinem derartigen psychischen Stress ausgesetzt. Ihr Alltag ist oft eintönig: Presse- oder Agenturmeldungen kürzen und verarbeiten, oft wenig aufregende Pressekonferenzen besuchen, darauf warten, dass immer wieder die gleichen Dinge passieren: Überfälle, Unfälle, Unwetter, politische Debatten zwischen A und B, Firmenbilanzen, etc. Die wirklich spannenden Dinge kommen meist überraschend und ungeplant: Große Kriminalfälle, politische Skandale, sportliche Überraschungen,... Gerade die außergewöhnlichen Geschichten sind Extremfälle, sie passieren unvorhergesehen und halten sich nicht an Arbeitszeiten, Urlaube oder freie Wochenenden. Journalisten müssen flexibel sein bei ihrer Arbeitszeit, denn ein Bürotag, der um 9.00 Uhr beginnt und um 17.00 Uhr endet, ist kein Fixum. Oft muss am Wochenende gearbeitet werden – vor allem im Sport- oder Lokaljournalismus, doch auch andere Ressorts sind betroffen, schließlich müssen auch die Zeitungen für Montag geschrieben werden. Radio- und Fernsehjournalisten müssen oft bis spät in die Nacht oder sehr früh am Morgen arbeiten, für Privatleben bleibt da oft wenig Zeit. Andere Medien kennen gar keinen Redaktionsschluss: im Internet, Teletext oder in einer Nachrichtenagentur muss rund um die Uhr berichtet werden, Neues muss dann erscheinen, wenn es passiert. Der Stresslevel im Beruf ist also recht hoch.

Auch das Image, das dem Journalisten anhaftet, ist nicht das Beste. „Während Ärzte, Richter und sogar Polizisten immer ganz vorne dabei sind, kämpfen Journalisten, Versicherungsvertreter und Politiker regelmäßig um den letzten Platz.“<sup>86</sup> Journalisten sind lästig, hinterlistig, nervig. Sie schnüffeln im Privatleben anderer herum, drehen den Leuten das Wort im Mund um, stellen unangenehme und unpassende Fragen, sind sensationsgeil, besserwischerisch und übermäßig kritisch. Diese Vorurteile kursieren in der Gesellschaft. „Doch zum Trost: Genauso wie beim Politiker ist der Ruf unserer Zunft zwar schlecht. Der Einzelne kann aber trotzdem mit Hochachtung rechnen“<sup>87</sup>, muntert Bornemann auf.

„Ich möchte Journalist werden“ – ein leicht dahingesagter Satz. Fraglich, ob die Betroffenen auch wirkliche Vorstellungen davon haben, was sie erwartet. Wer Journalist werden möchte braucht vor allem eines: Ausdauer, einen starken Willen und Optimismus. Im Beruf Fuß zu fassen ist allein durch die angespannte Wirtschaftslage nicht einfach.

---

<sup>86</sup> Bornemann, 2004, S. 16.

<sup>87</sup> Ebd.

Dazu kommen etliche Bewerber für jede freie Stelle, gerade Unerfahrene, die in den Beruf einsteigen wollen, haben es oft schwer und brauchen viel Geduld und Ausdauer.

Dennoch boomen die Medienberufe und der Journalismus.

*„Medienberufe stehen hoch im Kurs, sind angesagt. Eigentlich müsste man sagen: Journalist oder Journalistin sein ist cool. Denn Journalismus ist in den Augen vieler, die als Bewerberinnen und Bewerber die verschiedenen Lehrgänge und Kurse stürmen, in erster Linie Lifestyle-Berichterstattung und Szene-Tratsch.“<sup>88</sup>*

Die Studienrichtungen Publizistik, Kommunikationswissenschaft und Medienwissenschaft erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. Ebenso regen Zulauf haben Journalismus-Studiengänge in Fachhochschulen oder andere Lehrgänge und Lehrredaktionen.

Journalismus ist und bleibt trotz allem ein Traumberuf. „Natürlich soll man immer Journalist werden wollen. Auch wenn die Zeiten schlechter sind – in welcher Branche ist es besser? Guten Journalismus wird die Gesellschaft immer brauchen, guten wohlgeremt! Das heißt: Intelligente Texte, unterhaltsame Stoffe, investigatives Handwerk.“<sup>89</sup> Trotz aller Einschränkungen und Behinderungen bietet der Journalisten-Beruf immer noch, was ihn so verlockend macht. Journalisten sind privilegiert, können stets ihre Neugier mit den aktuellsten Nachrichten befriedigen und lernen immer wieder neue, interessante Menschen kennen. Sie lernen nie aus, ständig dazu und das aus unzähligen Themenbereichen.

## **2.4.2 (Ausbildungs-)Wege zum Journalismus**

Staatsgrundgesetz, Artikel 13: „Jedermann hat das Recht, durch Wort, Schrift, Druck oder durch bildliche Darstellung seine Meinung innerhalb der gesetzlichen Schranken frei zu äußern.“ Diese wenigen Zeilen drücken aus, dass der Berufszugang zum Journalismus für jeden offen ist.

Für Berufseinsteiger gibt es keinen verbindlichen Ausbildungsweg. Einige Möglichkeiten haben sich im Laufe der Vergangenheit herausgebildet, einige Stationen werden in den meisten Fällen durchlaufen. Mittlerweile werden auch verschiedene konkrete Ausbildungswege angeboten.

Der klassische Fall: Ein Studium wurde begonnen, wahrscheinlich Publizistik oder etwas Ähnliches und Interesse für das journalistische Arbeiten ist vorhanden. Also wird, meist in den Ferien, ein Praktikum oder Volontariat bei einem Medium angestrebt. Grundsätzlich

---

<sup>88</sup> Fischer, 2004, S. 27.

<sup>89</sup> Maier, 2004, S. 58.

gilt: Je kleiner und regionaler das Medium, desto größer die Chance für einen Einstieg. Größere Medien erhalten Hunderte Bewerbungen, vergeben aber nur wenige Volontariatsplätze. Die Chance, genommen zu werden, ist daher klein und selbst bei einfachen Praktika haben Bewerber, die schon journalistische Erfahrungen gesammelt haben, größere Chancen. Am Anfang gilt oftmals: Nehmen, was man kriegen kann.

Hat man es geschafft, als Praktikant in eine Redaktion zu kommen, gilt es, alle Kräfte zu bündeln und sich in kurzer Zeit so gut es geht zu beweisen. Mit Talent und einer Portion Glück, ergibt sich nach dem Praktikum die Möglichkeit, als Freier Mitarbeiter bei dem Medium weiterarbeiten zu können. Sei es auf Abruf, für Termine, geringfügig oder tageweise. Die Bezahlung ist meist eher schlecht und bis man sich zum Freien Pauschalisten oder gar Angestellten hochgearbeitet hat, vergehen oft Monate bis Jahre.

### Das Universitätsstudium

Jeder Publizistikstudent möchte später Journalist werden – ein Vorurteil, das nicht wahr ist. Egal ob das Studium jetzt Publizistik-, Kommunikations- oder Medienwissenschaft heißt, es bietet viele Möglichkeiten in der Medienbranche. Natürlich gibt es eine beträchtliche Anzahl von Studierenden, die einmal den Journalistenberuf ergreifen wollen. Eine Journalistenausbildung ist das Studium aber nicht. Ein Hochschulstudium bietet fast nie eine Berufsausbildung, vor allem nicht im geistes- oder sozialwissenschaftlichen Bereich. Es stellt lediglich eine Vorbildung dar und schafft Voraussetzungen. Nur aufgrund eines Hochschulstudiums wird niemand einen Posten in einer Redaktion bekommen, Erfahrungen in der Praxis sind mindestens genauso wichtig.

In Österreich bieten drei Universitäten kommunikationsbezogene Studiengänge an: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Wien und Klagenfurt sowie Kommunikationswissenschaft in Salzburg. Ein richtiges Journalistik-Studium gibt es im Gegensatz zu Deutschland in Österreich nicht.

Seit einigen Jahren gibt es die Möglichkeit, Journalismus an der Fachhochschule zu studieren, und zwar an der FH der Wirtschaftskammer Wien sowie am Joanneum Graz. Daneben gibt es noch einige Fachhochschulen, die zwar keine Journalistenausbildung, jedoch eine Ausbildung im Medienbereich bieten.

### Lehrgänge

Eine postgraduale Ausbildung erhält man am Internationalen Journalismus Zentrum (IJZ) an der Donau Universität Krems. Dort werden u.a. Lehrgänge in Qualitätsjournalismus oder Fernsehjournalismus veranstaltet. Journalismuslehrgänge an der Universität Wien gibt es nicht. In Salzburg veranstaltet das Institut für Kommunikationswissenschaft gemeinsam mit dem Institut für Sportwissenschaft und dem Kuratorium für Journalistenausbildung einen Lehrgang für Sportjournalismus. An der Universität Graz kann man einen Medienkundlichen Lehrgang, den man mit „Akademische/r Medienfachfrau/mann“ abschließt, absolvieren.

### Medienakademien/Kollegs

Führend ist das Kuratorium für Journalistenausbildung (KfJ), welches eine Einrichtung der Mediensozialpartner darstellt. Trägerverbände sind der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ), die Journalistengewerkschaft sowie der Österreichische Zeitschriften- und Fachmedien-Verband (ÖZV). „Ziele dieser Institution sind die berufsbegleitende Aus- und Fortbildung von Journalisten aus Print-, Funk- und Online-Medien sowie die studienbegleitende Ausbildung von Studierenden aus Universitäten und Hochschulen.“<sup>90</sup>

Das KfJ organisiert das Österreichische Journalisten-Kolleg. Dieses wird zum Teil in Salzburg und zum Teil in Wien abgehalten und dauert vier mal drei Wochen. Es richtet sich in erster Linie an bereits im Beruf stehende Jungjournalisten, die von ihrem Medium dorthin entsendet werden. Teilnehmen können auch Freie Mitarbeiter, für die das KfJ eine begrenzte Anzahl von Stipendien vergibt. Gelehrt werden Sach- und Fachwissen sowie Vermittlungskompetenz. Theoretische Grundlagen werden in praktische Übungen umgesetzt. Die Kosten für das Kolleg betragen für Mitglieder (Medien, die dem VÖZ oder dem VZÖ angehören sowie Mitglieder der Journalistengewerkschaft) rund 2900 Euro, für alle anderen etwa 3400 Euro.

Außerdem bietet das KfJ noch verschiedene Fachseminare sowie Stipendien für Studenten, die bei einem österreichischen Medienbetrieb in einem Ferienmonat ein Volontariat absolvieren, an.

Journalisten in Oberösterreich haben die Möglichkeit der Aus- und Weiterbildung an der Oberösterreichischen Journalistenakademie. Diese Einrichtung wurde u.a. von der Regionalzeitung „Oberösterreichische Rundschau“ gegründet. Angeboten werden mehrwöchige

---

<sup>90</sup> La Roche, 2006, S. 270.

Einstiegsseminare für Print und Radio, eine praxisorientierte Ausbildung in der Lehrredaktion und ähnliches.

Auch in der Katholischen Medienakademie (KMA) werden journalistische Kompetenzen vermittelt. Die Ausbildung dauert etwa 55 Tage in drei Semestern und kann neben dem Studium absolviert werden. Den Abschluss bildet eine mehrwöchige Redaktionspraxis. Handwerkliche Fähigkeiten im Bereich Print- und Hörfunkjournalismus, „Neue Medien“ und eine Einführung in den Fernsehjournalismus stehen hier im Mittelpunkt.

Daneben bieten noch das der SPÖ nahestehende Friedrich-Austerlitz-Institut sowie das ÖVP-nahe Friedrich-Funder-Institut die Möglichkeit einer Journalistenausbildung. An der Volkshochschule „polycollege Stöbergasse“ kann man u.a. an Kursen für Radiojournalismus und Onlinejournalismus teilnehmen.

#### Das Volontariat

Gemeint ist hier nicht das Ferienvolontariat, wo interessierten jungen Leuten die Möglichkeit gegeben wird, in den Beruf hineinzuschnuppern, sondern das vor allem auch im deutschen Raum verbreitete Ausbildungsvolontariat. Solcherart beschäftigte Personen werden in Österreich Redakteursaspiranten genannt, neben den freiberuflichen Mitarbeitern sind sie der hauptsächliche Journalistennachwuchs. Gesetzlich geregelt wird die Ausbildung im Rahmen des § 7 im Kollektivvertrag. Demnach dauert die Ausbildung fünf Jahre, wer beim Eintritt in den Verlag bereits eine einschlägige Ausbildung (Hochschul- oder Fachhochschulstudium) vorweisen kann, wird im vierten Jahr eingestuft. Im Rahmen seiner Ausbildung muss der Redakteursaspirant das Journalisten-Kolleg des KfJ besuchen oder eine andere gleichwertige Ausbildung absolvieren. Wie die Kosten der Ausbildung zwischen Medium und Aspirant aufgeteilt werden, ist zwischen den beiden Parteien zu vereinbaren. Damit der Ausbildungsweg des Aspiranten in Zeiten der Freien Mitarbeiter nicht völlig in Vergessenheit gerät, ist deren Anzahl ebenfalls im Kollektivvertrag geregelt. Bei zehn bis 25 Dienstnehmern muss es zumindest einen Redakteursaspiranten geben, je einen weiteren für jeweils 25 Angestellte. Dabei darf die Zahl der Aspiranten nicht mehr als ein Drittel der Anzahl der Redakteure ausmachen.<sup>91</sup>

---

<sup>91</sup> Vgl. La Roche, 2006, S. 268f.

### 2.4.3 Wandelnde Anforderungen

Früher war Journalismus im Wesentlichen eines: ein Begabungsberuf. Viele Redakteure konnten nicht „mehr“ Bildung nachweisen als ein abgebrochenes Studium – zuweilen hatte man fast den Eindruck, dass das im Journalismus zum guten Ton gehört – und eine gute Deutschnote in der Schule. Mag sein, dass schreiben zu können nach wie vor eine Sache der Begabung ist, dennoch ist es zum Teil eine Übungs- und Erfahrungssache, gewisse Schreibtechniken kann man sich aneignen.

Mittlerweile sind die Anforderungen an den Journalisten gestiegen. Begabung allein reicht in Zeiten wirtschaftlichen Drucks nicht aus, die Realität des Berufseintritts hat sich geändert. In den vergangenen Jahrzehnten ist die Welt globaler und vernetzter geworden. Durch das Internet und neue Informationstechnologien können sich Nachrichten nun in Sekundenschnelle auf der ganzen Welt verbreiten. Diese Entwicklungen haben neue Möglichkeiten und Felder im Journalismus geschaffen.

Claudia Mast nennt in ihrem „Handbuch der Journalistenausbildung“ (1996) drei Einflussfaktoren, durch welche die Arbeit der Journalisten einem Wandel unterworfen ist.

- Zunahme der Konkurrenz: Dazu gehören zum einen kommunikationspolitische Entscheidungen wie die Zulassung des privaten Rundfunks, wodurch nicht nur die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Konkurrenz bekamen, sondern auch regionale Printprodukte. Zum anderen sind auch technische Weiterentwicklungen für die Ausdehnung des Medienangebots verantwortlich, sodass etwa Fernsehsender nun auch in weit entfernten Ländern empfangen werden können. Dies führt zu einem Kampf um die Gunst des Publikums, das nur ein beschränktes Zeit- und Budget-Kontingent zur Verfügung hat. Dadurch, so Mast, sei das Publikum anspruchsvoller, einflussreicher und unsteter geworden, die Bindung an ein spezielles Medium habe abgenommen. „Die Zunahme der (Medien-)Konkurrenz setzt den Journalismus unter Druck. Seine Leistungen stehen täglich auf dem Prüfstand.“<sup>92</sup>
- Digitalisierung der Technik: Der Einsatz moderner Kommunikationstechnologien hat das Arbeitsfeld Journalismus revolutioniert. Berufe wie der Setzer bei einer Zeitung sind weggefallen, weil Journalisten mit Hilfe von computergestützten Redaktionssystemen deren Arbeit übernehmen konnten. Für Journalisten heißt das aber auch, dass sie, um die neuen Aufgaben zu erfüllen, auch weitere Qualifikationen aufweisen müssen. Ein Hörfunkjournalist etwa muss den digitalen Schnitt seines Beitrags selbst

---

<sup>92</sup> Mast, 1996, S. 37.

übernehmen können. Wenn immer weniger Leute für ein Produkt verantwortlich sind, erhöht das auch die Verantwortung für den Einzelnen. Während einerseits Berufe verschwinden, entstehen andererseits neue, wie der Infografiker oder allgemein der Techniker – wenn alles über Computer läuft, ist es für ein Medium unerlässlich, für den reibungslosen Ablauf jederzeit Techniker zur Verfügung zu haben.

Zusätzlich bemerkt Mast, dass sich durch die Digitalisierung die technischen Arbeitsbedingungen unabhängig vom Medium angleichen. Egal ob Print-, Fernseh- oder Hörfunkjournalist: „Journalisten arbeiten künftig mit vergleichbarer Software und multifunktionalen Geräten: (...)“<sup>93</sup>

- Unternehmenspolitische Entscheidungen in den Medien: Durch die Konkurrenz am Medienmarkt und technische Entwicklungen haben sich auch unternehmensinterne Ziele verändert: „Schlanke“ Redaktionen werden angestrebt, mit wenig Personal aber viel Effizienz und hoher Produktivität. Dadurch wird auch die Zahl der Freien Journalisten weiter steigen, sie leben von der Nachfrage und werden zu Unternehmern.

Auch mehr als ein Jahrzehnt nachdem Mast diese drei Faktoren des Wandels genannt hat, sind sie immer noch aktuell. Die Zunahme der Medienkonkurrenz ist tatsächlich immer weiter fortgeschritten, mittlerweile vor allem durch das Internet – ein Faktor, der 1996 noch nicht in diesem Ausmaß absehbar war. Auch der technische Wandel hat seine Auswirkungen gehabt, für Online-Journalisten etwa reicht es nicht, schreiben zu können. Sie müssen auch Bilder und Videos bearbeiten, Grafiken basteln und Layouts erstellen können, wofür technisches Computerwissen gefordert ist. Auch im Fernsehen steht eine Revolution an. Statt Vier-Mann-Teams bestehend aus Redakteur, Kameramann, Ton-techniker und Kabelträger übernimmt immer öfter ein einzelner Videojournalist die ganze Arbeit von der Recherche über die Aufnahme bis zur Gestaltung des Beitrags. Vor allem kleinere Fernsehanstalten, Freie Journalisten oder Web-Portale arbeiten gehäuft so, weil durch die Reduktion auf nur eine arbeitende Person massiv Kosten gespart werden können. Vor allem wirtschaftliche Argumente haben auch zum letzten Punkt von Mast geführt: den unternehmenspolitischen Entscheidungen zu „schlanken“ Redaktionen. Der Journalismus und die Medienbranche allgemein stecken in einer Krise, wirtschaftlich geht es kaum einem Medium so gut wie noch vor einigen Jahren. Die Zahl der Freien Mitarbeiter wird in der Tat größer, die Zeit, in der man als junger Journalist auf eine rasche Anstellung hoffen konnte, sind praktisch vorbei oder ein seltener Glücksfall.

---

<sup>93</sup> Ebd., S. 38.

Dieser Wandel des Berufs hat auch einen Wandel der Anforderungen an die Journalisten mit sich gebracht. Klassische Journalisten-Tätigkeiten verschwimmen mit anderen Kommunikations- und Medienberufen, die Arbeitsfelder werden breiter, mehr Flexibilität wird gefordert.

*„Nach dem über lange Zeiträume zu beobachtenden Trend zur Spezialisierung im Journalismus weist die Entwicklung nun in Richtung Entspezialisierung. Der Feuilletonredakteur, der nur Ballettkritiken schreibt, ist für die meisten Medien untragbar geworden. Sie wollen den Allround-Journalisten mit Fachwissen, der weiß, wie er seine Zielgruppe ansprechen kann.“<sup>94</sup>*

Neben den inhaltlichen Fähigkeiten sollten Journalisten auch ihre Medienkompetenzen ausweiten, Produktionsmechanismen und Stärken der Konkurrenz kennen. Diese mehrere Medien umfassende Qualifikation erleichtere auch die berufliche Mobilität, schreibt Mast.<sup>95</sup> Hierzu sei gesagt, dass ein kommunikationswissenschaftliches Studium eine gute Basis für eine breite Qualifikation bietet. Ziel ist es schließlich nicht, einen Journalisten auszubilden und ihm schreiben zu lernen, sondern allgemein Wissen über Medien zu vermitteln: Funktionsweise, Ökonomie, Pädagogik, Recht, aber auch Wirkungsweisen von Medien, Kommunikationstheorien und in vertiefenden Lehrveranstaltungen spezielles Wissen zu einer Mediengattung oder einer Kommunikationssparte.

#### **2.4.4 Journalistenmeinung zur Ausbildung**

„Nur keine Publizistikstudenten“ stöhnen so manche Chefredakteure. Das Studium leidet unter seinem schlechten Ruf: ein Orchideenstudium, viel zu leicht, ein Studium für Leute, die es sich einfach machen wollen und nicht wissen, was sie tun sollen. Publizistik-Studenten leiden oft unter Vorurteilen. Mit Fachwissen wie einem Jus-, Wirtschafts- oder Politikwissenschaftsstudium hätte man es im Journalismus doch viel leichter, heißt es. Ein Irrtum, wie Joachim Westerbarkey und Martin Büllsbach meinen:

*„Sie (die Daten, Anm. VF) wurden an vier Publizistikinstituten ermittelt, um festzustellen, wie sich Studium und Beruf in den Köpfen und Karrieren von Absolventen widerspiegeln. Danach überrascht vor allem, daß [sic!] die meisten Absolventen Journalisten geworden sind und also tatsächlich ihr erstes Berufsziel erreicht haben; und zwar gerade die, die Publizistik als*

---

<sup>94</sup> Ebd., S. 39f.

<sup>95</sup> Vgl. ebd., S. 40.

*Hauptfach studierten. Und Karriere im Journalismus haben vor allem die Doktoren aus der Publizistikwissenschaft gemacht.*“<sup>96</sup>

Natürlich wurden diese Daten für Deutschland erhoben. Die Situation in Österreich dürfte aber nicht allzu verschieden sein. So überrascht es auch nicht, dass viele Journalisten ein Publizistik-Studium zumindest begonnen haben. In den vergangenen Jahren ist durch die Umstellung des Studienplans im Publizistik-Studium an der Universität Wien vom Diplomstudium auf das Bakkalaureats- und Magisterstudium der Lehrplan auch praxisorientierter geworden. Studenten können nun aus verschiedenen „Praxisfeldern“ wählen (wie Printjournalismus, Fernsehjournalismus, Öffentlichkeitsarbeit, etc.) und absolvieren dazu Lehrveranstaltungen. In diesen Übungen lernen die Studierenden direkt von Leuten aus der Praxis (Journalisten, PR-Fachleute, etc.) Dazu kommt, dass die meisten Studenten neben dem Studium erste Berufserfahrungen machen, weil sie wissen, dass das Studium alleine für einen erfolgreichen Start ins Berufsleben nicht ausreichend ist. Sie sammeln daher entweder in den Ferien bei Praktika oder unter dem Jahr bei einem Nebenjob, etwa als Freier Mitarbeiter bei einem Medium, erste Erfahrungen. Diese Jobs sind es dann auch oft, die nach dem Studium zu einer Stelle verhelfen.

Spezielle Journalismus-Fachhochschulen wie zum Beispiel das Joanneum Graz und seine Absolventen haben noch keinen besonderen Ruf. Diesen Studiengang gibt es erst seit dem Jahr 2002/03, allzu viele fertige Absolventen gibt es daher noch nicht.

Dass Journalisten zu einer Ausbildung im Allgemeinen positiv eingestellt sind und diese fordern, hat Wolfgang Donsbach 1979 festgestellt, als die Debatten um die Qualifikations- und Ausbildungsstruktur im Journalismus noch nicht allzu lange her waren. Demnach wurde damals unter Journalisten der Ruf nach einer akademischen Vor- und Ausbildung laut. Ein abgeschlossenes Studium, wenn auch noch keine speziellen Studiengänge für diesen Beruf angeboten wurden, galt unabhängig vom Praxisberuf gleich als besseres Qualifikationskriterium.<sup>97</sup> Laut einer Studie, die Donsbach zitiert, rieten damals etwa 80 Prozent der Journalisten – auch jene ohne Hochschulbildung – sowie 98 Prozent der Chefredakteure jungen Menschen, die sich für Journalismus interessieren, zu einem wissenschaftlichen Studium. Auch befürwortete etwa die Hälfte der Befragten eine Beteiligung der Publizistikwissenschaft an dieser Ausbildung, theoretische wie empirische Kenntnisse über das

---

<sup>96</sup> Westerbarkey/Büllesbacher, 1990, S. 261.

<sup>97</sup> Vgl. Donsbach, 1979, hier S. 210f.

Tätigkeitsfeld und seine soziale Wirkung werden von einem großen Teil der Befragten als unverzichtbare Studieninhalte gesehen.<sup>98</sup>

## 2.5 Journalisten in Österreich

In diesem Kapitel wird die aktuelle Situation von Journalisten in Österreich beschrieben. Dies betrifft sowohl soziodemographische Daten als auch berufliche Rollen und Werte. Die hier präsentierten Ergebnisse stammen aus den 2007 und 2008 durchgeführten und in den Büchern „Der Journalisten-Report“ (2007) und „Der Journalisten-Report II“ (2008) veröffentlichten Studien von Andy Kaltenbrunner, Matthias Karmasin, Astrid Zimmermann und Daniela Kraus.

Rund 7100 hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten arbeiten in Österreich. Dazu zählen Angestellte, Pauschalisten sowie ständig Freie Mitarbeiter, die monatlich über 1000 Euro verdienen. Dazu kommt noch eine Gruppe, die zahlenmäßig nicht konkret angegeben, sondern nur geschätzt werden kann – die Freien Mitarbeiter, die weniger als 1000 Euro im Monat verdienen.

Der „Durchschnittsjournalist“ in Österreich ist etwa 40 Jahre alt, hat keinen Studienabschluss, ist männlich, bei einem Printmedium in Wien angestellt und verdient brutto etwa 3000 Euro monatlich. Obwohl die Frauen in diesem Bereich stark aufgeholt haben, haben sie ihre männlichen Kollegen zahlenmäßig noch nicht eingeholt: 58 Prozent der in Österreich tätigen Journalisten sind männlich, 42 Prozent weiblich. Generell kann man aber sagen: Je jünger, desto mehr Frauen – und umgekehrt. Die österreichischen Journalistinnen sind im Durchschnitt um vier Jahre jünger als ihre männlichen Kollegen. Auch bei einschlägigen Studienrichtungen ist inzwischen die Mehrheit der Studierenden weiblich – an Fachhochschulstudiengängen zum Journalismus sind es 60 Prozent, bei kommunikationswissenschaftlichen Studienrichtungen liegt der Prozentsatz der Absolventinnen gar über 65 Prozent.

Das Durchschnittsalter der Journalisten ist 40 Jahre. Die größte Altersgruppe stellen dabei die 30- bis 39-Jährigen dar, mehr als zwei Drittel der österreichischen Journalisten sind zwischen 30 und 49 Jahre alt, nur etwa 14 Prozent jünger.

---

<sup>98</sup> Vgl. ebd., S. 214f.

Viele in Österreich tätige Journalisten haben ein Studium zwar begonnen, aber nicht beendet. Die Zahl der Studienabbrecher ist daher hoch, die Akademisierung nicht sehr fortgeschritten: nur ein Drittel der Journalisten hat einen Hochschulabschluss. Auch im internationalen Vergleich ist die Akademisierungsrate sehr gering.

Größter Arbeitgeber ist der Sektor der Printmedien, hier sind zwei Drittel aller österreichischen Journalisten beschäftigt. 17 Prozent arbeiten beim Radio, zehn Prozent beim Fernsehen, vier Prozent im Online-Bereich und drei Prozent bei einer Agentur.

Arbeitsort Nummer eins ist Wien. Mehr als die Hälfte der Journalisten arbeitet in der Bundeshauptstadt, die anderen Bundesländer sind weit abschlagen: 13 Prozent sind in Niederösterreich tätig, je sieben Prozent in der Steiermark und Oberösterreich, fünf Prozent in Kärnten, je vier Prozent in Tirol, Salzburg und Vorarlberg. Schlusslicht ist das Burgenland, wo nur ein Prozent der österreichischen Journalisten ihren Arbeitsplatz hat.

Das Durchschnittseinkommen des österreichischen Journalisten liegt bei 3000 Euro brutto im Monat. Etwa die Hälfte verdient weniger (29 Prozent unter 2000 Euro im Monat, 23 Prozent zwischen 2000 und 3000 Euro monatlich), ein Drittel kassiert zwischen 3000 und 5000 Euro, rund jeder Siebente mehr als das. Den Topverdienern unter den Journalisten sowie dem Mittelfeld geht es im österreichischen Vergleich wirtschaftlich gut: Das Bruttogehalt von 90 Prozent der Vollzeit im Journalismus tätigen Personen beträgt deutlich mehr als der Österreich-Durchschnitt von 1900 Euro brutto. Das betrifft aber im Wesentlichen nur die angestellten Journalisten, von den Pauschalisten und ständig Freien verdienen zwei Drittel weniger als 2000 Euro brutto.

Der typische Journalist ist angestellt, in einer nicht-leitenden Position und Vollzeit beschäftigt. Der Gesamtanteil der Angestellten beträgt 71 Prozent, der Rest arbeitet als Pauschalisten oder ständig Freie. Rechnet man die etwa 900 Personen umfassende Gruppe der nicht-ständig Freien dazu, verschieben sich die Werte: 63 Prozent Angestellte, 26 Prozent Pauschalisten oder ständig Freie und elf Prozent Freie Journalisten.

Drei Viertel dieser Journalisten sind vollzeitbeschäftigt, der Rest arbeitet Teilzeit. Eine leitende Funktion – also Ressortleiter und deren Stellvertreter, Chef vom Dienst und Chefredakteur – haben 15 Prozent der Gesamtheit inne.

Teilt man nach Ressortzugehörigkeit ein, müssen Rundfunk und Fernsehen getrennt gesehen werden, da es dort die klassische Ressortzugehörigkeit nicht gibt. Am meisten Beschäftigte hat das Ressort Chronik/Lokales – 19 Prozent der Print-, Online- und Agenturjournalisten arbeiten hier. Bei den elektronischen Medien arbeitet die überwiegende Mehrheit (69 Prozent) im Nachrichtenressort.

Der Berufseinstieg ergibt sich meist über die Mitarbeit als Freier Journalist, die Ausbildung erfolgt nach learning by doing. Die Formalisierung der Aus- und Weiterbildung der Journalisten in Österreich ist kaum fortgeschritten – ein Grund, warum auch die Akademikerquote niedrig ist. Viele haben mit einem Praktikum oder einem Volontariat begonnen, sind dann immer mehr in den Beruf „hineingerutscht“ und haben schlussendlich das Studium abgebrochen. Dennoch ist die Tendenz zu bemerken, dass die Akademisierung voranschreitet. Mehr als die Hälfte der Journalisten mit einem Hochschulabschluss ist jünger als 40 Jahre. Ein Studienabschluss dürfte also für den Berufseinstieg relevanter werden. Die Chance auf eine leitende Position oder ein höheres Einkommen dürfte ein Studium – zumindest vorerst – noch nicht erhöhen. Beim monatlichen Bruttoeinkommen sind Akademiker zurzeit sogar noch im Nachteil, was daran liegen könnte, dass das Einkommen nicht an formale Kriterien, sondern an Alter und Berufserfahrung gebunden ist.

Die österreichischen Journalisten lassen sich in vier Rollenbilder einteilen. Die höchste Zustimmungsrate erhält dabei quer durch alle Mediensparten der „Objektive Vermittler“, dem sich fast 70 Prozent zugehörig fühlen. Der objektive Vermittler sieht seine Hauptaufgabe darin, das Publikum neutral und präzise zu informieren, er möchte die Realität so abbilden, wie sie ist und dem Publikum Sachverhalte erklären. Seine eigene Meinung lässt er dabei nicht einfließen. Eng zusammenhängend und teils überschneidend sind die Rollenbilder „Entertainer“ (24 Prozent) und „Ratgeber“ (16 Prozent). Der Entertainer möchte einem möglichst breiten Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten und lehnt die Rolle des Vermittlers und Erklärers eher ab. Der Ratgeber versucht, Ideen zu vermitteln und Trends aufzuzeigen. Er will dem Publikum Lebenshilfe geben und Nutzwert bieten und präsentiert dafür auch seine persönlichen Ansichten. Vor allem Journalisten bei Monatszeitungen tendieren stark zu diesem Rollenbild, ebenso wie sich Journalisten von Fachzeitschriften oft als Ratgeber sehen. Die geringste Zustimmung unter den österreichischen Journalisten hat der „Kritiker“ mit rund 13 Prozent<sup>99</sup>. Er möchte Missstände aufdecken, aktiv beeinflussen (auch die Politik) und so kontrollierend einwirken. Ein Anliegen ist ihm auch der Einsatz für die Benachteiligten in der Bevölkerung. Vor allem für tagesaktuelle Medien und Wochenzeitungen ist die Kritikfunktion wichtig, für Letztere spielt auch der anwaltschaftliche Journalismus eine große Rolle.

---

<sup>99</sup> Anm.: Die Prozentzahlen zählen in Summe über 100 Prozent, weil eine Person auch mehreren Rollenbildern zugeordnet werden konnte.

Deutliche Unterschiede gibt es zwischen den Journalisten verschiedener Ressorts. In der Innenpolitik ist vor allem die Rolle von Kritiker und Kontrolleur wichtig, in der Chronik zählt der Einsatz für Benachteiligte und die Ratgeberfunktion. Wissenschaftsjournalisten sind meist weder Kritiker noch besonders service- oder publikumsorientiert – sie wollen erklären, vermitteln und neue Trends aufzeigen.

Differenzen gibt es auch zwischen Freien und angestellten Journalisten sowie zwischen älteren und jüngeren Redakteuren. Freie und junge Journalisten sind unterhaltungs- und serviceorientierter und richten sich generell eher an ein breites Publikum. Angestellte Journalisten sind in einem größeren Ausmaß der Rolle des Kritikers zugetan und thematisch spezialisierter.

Insgesamt gesehen hängt das journalistische Selbstverständnis aber mehr von der spezifischen Sozialisation im Medienunternehmen (redaktionelles Management, Produktionssysteme, etc.), der ökonomischen Situation und den Arbeitsbedingungen ab als von soziodemographischen Faktoren und anderen Charakteristika. Die berufliche Sozialisation wirkt hier also stärker als individuelle Werthaltungen.

Geht es um journalistische Ethik, geben immerhin 72 Prozent der Journalisten an, beruflich nie unter Gewissenskonflikten zu leiden. 28 Prozent leiden manchmal darunter, ein Prozent häufig. Dennoch kann man, so der Schluss der Studienautoren, davon ausgehen, dass die Zahl der tatsächlich auftretenden Gewissenskonflikte höher ist als jene, die auch eingestanden werden. Geht es um unlautere Recherchemethoden, sind Österreichs Journalisten nicht immer „zimperlich“, obwohl diese laut dem Ehrenkodex der österreichischen Presse nicht angewendet werden dürfen. Geht es etwa um Überredung als Recherchemethode, ist nur ein Viertel der Befragten der Meinung, dass diese keinesfalls gerechtfertigt ist. Zuwendungen an Informanten sind da schon eher verpönt und werden von gut zwei Drittel auf jeden Fall abgelehnt. Auch die Angabe einer falschen Identität ist für 61 Prozent etwas, das man keinesfalls tun sollte. Die breiteste Ablehnung von etwa drei Viertel der Befragten erfährt die Nutzung technischer Hilfsmittel bei der Recherche, also zum Beispiel Gespräche aufzuzeichnen ohne dem Gesprächspartner Bescheid zu sagen.

Das Verhältnis zu den Arbeitskollegen ist für die meisten Journalisten angenehm: Mehr als die Hälfte gab an, damit „sehr zufrieden“ zu sein, „eher unzufrieden“ waren nur zwei Prozent, „gar nicht zufrieden“ war niemand. Dies ist umso erstaunlicher, da Journalismus im deutschsprachigen Raum traditionell eine One-(Wo)Man-Show ist – von der Themen-

wahl über die Recherche und bis zum Schreiben des Artikels macht der Journalist alles selbst.<sup>100</sup> Tatsache ist jedenfalls, dass mittlerweile jeder zweite Journalist (47 Prozent) angibt, manchmal mit Kollegen aus anderen Ressorts themenübergreifend zusammenzuarbeiten. Bei einem Viertel der Journalisten ist dies sogar häufig der Fall. Besonders oft betrifft das Journalisten aus der Chronik: Ein Drittel kooperiert oft, zwei Drittel manchmal themenübergreifend mit anderen Ressorts.

Auch Matthias Karmasin untersuchte 1994 die journalistische Berufsmoral sowie das Ansehen der Journalisten in der Normalbevölkerung. Die Untersuchung zeigte, dass die Österreicher Journalisten für mäßig verantwortungsvoll, ehrgeizig aber wenig fleißig und auch ein bisschen bestechlich und politisch abhängig halten. Sie halten die Journalisten für nur mäßig speziell ausgebildet, aber für gut informiert. Weiters sind diese eher unkritisch, recht oberflächlich und wenig objektiv. „Das Bild des rührigen Meinungspublizisten, der, wenn es sein muß [sic!], auch bereit ist, alle moralischen Skrupel über Bord zu werfen, ist in der österreichischen Bevölkerung also sehr lebendig.“<sup>101</sup>

Verglichen mit den Ergebnissen seiner Journalisten-Befragung stellte sich heraus, dass es zwischen dem Journalisten-Selbst- und dem Fremdbild einige Unterschiede gibt. Die Journalisten hielten sich für unbestechlicher, politisch unabhängiger und wahrheitsliebender als ihr Publikum, aber auch für realistischer und weniger mutig. Die Bevölkerung dachte, dass Journalisten sportlicher, spezieller ausgebildet und besser informiert sind als die Journalisten dies einschätzten.<sup>102</sup>

Interessant war auch, dass die Journalistinnen nach Ansicht des Publikums ökonomischen Sachzwängen und Anreizen viel mehr unterworfen sind, als sie das selbst wahrnehmen.<sup>103</sup>

---

<sup>100</sup> Anm.: Anders ist das im angloamerikanischen Raum, wo es eine Arbeitsteilung zwischen Reportern und Editoren gibt. Erstere recherchieren und schreiben, Letztere leiten die Reporter an, formatieren, redigieren und formulieren Schlagzeilen.

<sup>101</sup> Karmasin, 1996, S. 91.

<sup>102</sup> Vgl. ebd., S. 92.

<sup>103</sup> Vgl. ebd., S. 114.



### **3. DIE FERNSEHSERIE**

Die Fernsehserie – für viele ein Begleiter durch den Alltag. Sie dient als Mittel zur Entspannung, zur Flucht aus der Realität, zum Miterleben und als Orientierungshilfe. Serienfiguren sind Freunde und Vorbilder, Fans kennen sie oft genauso gut wie ihre realen Freunde. Sie freuen sich mit, wenn ihre Serienfigur die große Liebe findet. Sie sind wütend und enttäuscht, wenn die Serienfigur betrogen wird. Sie weinen mit, wenn sie verlassen wird oder ein Seriencharakter stirbt. Fernsehen und Fernsehserien fördern das Mitfühlen und Miterleben und schüren so vor allem eines: Emotionen. Sie bieten Lösungsansätze für Probleme im Alltag und zeigen einen Weg, wie es funktionieren kann. Sie bieten Identifikationspotenzial und zeichnen ein Bild der Realität. Doch Fernsehserien bilden nicht 1:1 das wirkliche Leben ab. Die gezeigten Bilder und Szenen sind oft mehr Wunsch als Realität, von Klischees und Stereotypen geprägt. Das wirkliche Leben mit all seinen Facetten lässt sich nicht zweidimensional auf einen Bildschirm projizieren. Es wird vereinfacht, beschönigt. Dennoch sind Serien meist realitätsnäher, als es Filme sind. Denn diese sind noch stärker klischiert und vereinfacht, Problemlösungen und Happy Ends müssen schließlich binnen zwei Stunden gefunden werden. Bei Serien ist das Ende im Normalfall nicht von Anfang an vorprogrammiert, daher müssen sie sich mehr an der Wirklichkeit orientieren, sind vom Zeitablauf realistischer, von der Geschichte und ihren Strukturen her komplexer.

In diesem Kapitel sollen Merkmale der Fernsehserie und ihrer Herkunft erläutert sowie das Verhältnis von Serienfiguren und Zusehern thematisiert werden.

#### **3.1 Das Fernsehen und das Stereotyp**

Das Fernsehen hat in modernen Gesellschaften einen hohen Stellenwert. In einer Welt voller Informationen, wo die Menschen immer weniger der Dinge, die sie erfahren, auch selbst erlebt haben, kommt nicht nur dem Journalismus, sondern vor allem dem Fernsehen eine immer wichtigere Rolle zu. Das Fernsehen ist quasi ein Fenster zur Welt, gezeigte Bilder wirken noch viel glaubwürdiger als Radio- oder Zeitungsberichte. Bilder können nicht lügen – oder doch? Wer jemals ein besonderes Ereignis, bei dem auch Kameras dabei waren, wie etwa Demonstrationen, Kämpfe oder sportliche Siegesfeiern, miterlebt hat, weiß, dass die Fernsehbilder, die bei den Zuschauern landen, nicht immer hundertprozentig die Realität widerspiegeln: Dort, wo die Kameras sind, ist immer die meiste Action. Kameraleute und auch die Fotografen fordern die Anwesenden einerseits zu mehr und zu

offensiveren Handlungen heraus. Andererseits fühlen sich auch die Anwesenden durch die Präsenz der Kamera aufgefordert und bestätigt, wollen sich zeigen und etwas präsentieren. Das Bild der Wirklichkeit ist also verzerrt. Fernsehen ist demnach zwar ein Fenster zur Welt, jedoch eines mit verschwommen-milchigem Glas. Kaum ein Fernsehbild zeigt gänzlich die Realität, es ist immer nur ein Ausschnitt aus der Wirklichkeit, kein Überblick über ein Szenario. Dinge, die so nicht passiert sind, werden in Beziehung zueinander gesetzt, Aussagen durch Bildschnitte verkürzt und auf gewisse Sätze reduziert. Auch das Zeitproblem in Fernsehen, möglichst viele Nachrichten in kurzer Zeit zu senden, bringt das Problem des Verkürzens und Verzerrens. Welche große Geschichte lässt sich schon in wenigen Minuten umfassend darstellen?

Fernsehen vermittelt Weltbilder. Nicht nur in den Nachrichten, sondern auch in Filmen und Serien. Auch hier wird oft übersehen, dass es sich um Fiktion handelt. Geschichten aus Film und Fernsehen ähneln zwar der Realität, sind aber kein direktes Abbild. Sie sind geprägt von Klischees und Stereotypen. Ob Zuseher das immer bedenken, ist jedoch fraglich.

Von einem Stereotyp spricht man dann, wenn man mit einem bestimmten Wort (sei es eine Bezeichnung für ein Volk oder – wie in der vorliegenden Arbeit – für einen Beruf) Emotionen, Werturteile und Haltungen verbindet, die man nicht mit eigener Erfahrung begründen kann, sondern die man zum Beispiel über das Fernsehen von der Gesellschaft oder der Familie vermittelt bekommen hat. Stereotypen können, müssen aber nicht negativ behaftet sein. Es handelt sich jedenfalls immer um emotionale und nicht durch persönliche Erfahrung begründete Reaktionen. Verbunden wird das Stereotyp grundsätzlich mit jedem Exemplar seiner Gattung – also wenn es ein Stereotyp über Journalisten ist, verbindet man es auch prinzipiell mit allen Journalisten. Je nach gesellschaftlicher Klasse, in der es ausgebildet wurde, können Stereotype verschiedene Bedeutungen haben.<sup>104</sup>

Ist ein Stereotyp einmal ausgeprägt, lässt es sich nur schwer wieder ändern. Selbst wenn man vom Verstand her erkannt hat, dass es gegenstandslos ist, bleibt immer ein gewisser emotionaler Rückstand da, der sich nicht mehr ausmerzen lässt. Dass Stereotype so resistent gegen Veränderungen sind, liegt im Wesentlichen an ihrer Entstehungsart, „der Art und Weise, wie das Individuum sie sich durch Erziehung, Druck der öffentlichen Meinung in bestimmten Angelegenheiten usw. angeeignet hat.“<sup>105</sup> Durch diese Entstehungs-

---

<sup>104</sup> Vgl. Schaff, 1980, S. 31f.

<sup>105</sup> Ebd., S. 33.

form lässt sich ausschließen, dass es ein individuelles Stereotyp gibt – denn um vom Einzelnen internalisiert zu werden, muss das Stereotyp von der Gesellschaft vermittelt werden, also im Bewusstsein vieler vorhanden sein.<sup>106</sup>

Stereotype treten ausschließlich im Bereich der gesellschaftlichen Probleme, insbesondere der zwischenmenschlichen (Gruppen-)Beziehungen auf – und zwar bei solchen, wo es um Werturteile und Einstellungen gegenüber anderer Gruppen geht.

## 3.2 Entstehung der Serie

Fernsehserien gibt es seit knapp 60 Jahren. Doch die Serie an sich, das serielle Erzählen ist viel älter. Schon aus der Antike sind Beispiele dafür überliefert, wie etwa die serielle Unterhaltung Homers mit seinen rapsodischen Gesängen oder die Erzählungen Scheherazadens in „Tausendundeine Nacht“ aus dem Orient. Knut Hickethier sieht das Erzählen in wiederkehrenden Episoden daher als menschliches Grundbedürfnis, welches in der TV-Serie nur seine massenmediale Ausprägung gefunden habe.<sup>107</sup>

Serien gab es früher in der Literatur in Form von Fortsetzungsromanen. Diese wurden meist in Zeitungen und Zeitschriften abgedruckt. In den Zwanzigern erfreute sich die „Day-time Serial“ im Radio neben dem mehrteiligen Hörspiel bereits großer Beliebtheit. Darunter versteht man eine in Rollen gesprochene Geschichte, deren einzelne Folgen einen Handlungsabschluss haben – diese Form war der direkte Vorläufer der Fernsehserie. Ihren Höhepunkt hatten die Radio-Serien im Jahr 1940, als in den USA täglich 64 Serien ausgestrahlt wurden. Durch die Ausbreitung des Fernsehens ging die Bedeutung der Serien jedoch ab 1941 zurück, 1950 lief dann die erste „Seifenoper“ im US-Fernsehen, elf Jahre später war die Radioserie in den USA ausgestorben und auch in Europa starb sie in den Sechzigern fast vollständig aus.<sup>108</sup> Aus den Radioserien entwickelten sich die Daytime-Serien oder auch Soap Operas. Diese werden im Normalfall (täglich) nachmittags ausgestrahlt, haben melodramatische Handlungsstrukturen und sind Fortsetzungsgeschichten, die sich an ein weibliches Publikum wenden.<sup>109</sup>

---

<sup>106</sup> Vgl. ebd., S. 35.

<sup>107</sup> Vgl. Hickethier, 1991, S. 17.

<sup>108</sup> Vgl. Boll, 1994, S. 41f.

<sup>109</sup> Vgl. Hickethier, 1991, S. 18.

Ein weiterer relevanter Vorläufer der Fernsehserie war die Kinoserie, die „Film Chapter Plays“ genannt wurde. Diese gab es etwa ab 1910, also noch vor den Radio-Daytime-Serials. Wie bei Fortsetzungsromanen arbeitete man auch hier mit dem Aufbau der Spannung, die an ihrem Höhepunkt abgebrochen wurde. Inhaltlich waren die Kinoserien äußerst action-lastig, es wurden viele Krimi- oder Westernserien produziert.<sup>110</sup> Aus der Kinoserie entwickelte sich die Primetime-Serie. Darunter versteht man eine langlaufende Serie für das Hauptabendprogramm, produziert wurden Abenteuer-, Krimi- oder Westerngeschichten mit einem höheren Produktionsaufwand als bei Daytime-Serien.<sup>111</sup>

„Das Fernsehen trat in den 50er und 60er Jahren weltweit seinen Siegeszug an. Serien als wirksamste Form der TV-Unterhaltung waren in den USA schon in den ersten Jahren im Programm.“<sup>112</sup> Spielfilme wurden zu Serien ausgebaut, Fernsehserien entwickelten einen eigenen Stil und umfassten alle möglichen Genres. Damals begann das Zeitalter der Fernsehserie, bis heute die beliebteste Programmgestaltung, die bei 90 Prozent der weltweiten Fernsehsender zwischen 15 und 80 Prozent der Sendezeit ausfüllt. Erfolgreich waren zunächst Krimiserien, aber auch Seeräuber/Seefahrt-Abenteuersonen. Auch die Westernserie war bis in die späten Sechziger sehr erfolgreich. Ab dann erreichten die Familienserien die höchsten Einschaltquoten – und behielten diese auch bis heute bei. In den Sechzigern begann – vorerst hauptsächlich in Südamerika – die Produktion von Telenovelas. Auch in Europa, Asien und Australien begann man vermehrt, eigene Serien zu produzieren.<sup>113</sup>

Ende der Achtziger begann ein neues Zeitalter, nämlich das der Reality-Serien. Vorerst hatten diese Katastrophen und Verbrechen als Thema, die entweder genau aufgearbeitet oder nachgestellt wurden. Mittlerweile gibt es Reality-Shows zu jedem Thema – von „Big Brother“ über „Bauer sucht Frau“ bis zu diversen Stars, die sich bei ihrem Privatleben von Kameras filmen lassen, wie etwa Ozzy Osbourne.

Auch die Serienstruktur veränderte sich im Laufe der Jahre. So wurde aus der absoluten Abgeschlossenheit einer Handlung in deutschen Serien eine Teil-Abgeschlossenheit mit längerfristigen, sich dramaturgisch aufeinander beziehenden Fortsetzungen, die sich im Laufe der Serie weiterentwickelten. Durch die durchgängige Handlungskontinuität konnte

---

<sup>110</sup> Vgl. Mielke, 2006, S. 476ff.

<sup>111</sup> Vgl. Hicketier, 1991, S. 18.

<sup>112</sup> Boll, 1994, S. 42.

<sup>113</sup> Vgl. ebd., S. 42ff.

beim Publikum eine stärkere Bindung an das Programm erzielt werden. Cliffhanger<sup>114</sup> gab es aber erst in den Soaps der Neunziger.<sup>115</sup>

Mit der „Lindenstraße“ startete 1985 die erste deutsche Endlosserie. In den Neunzigern kamen noch weitere Serien wie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ oder „Marienhof“ dazu. Diese Serien laufen auch heute, nach über einem Jahrzehnt, noch im deutschen Fernsehen. Seit 2004 sind auch vermehrt Telenovelas, wie „Verliebt in Berlin“ oder „Bianca – Wege zum Glück“ erfolgreich.

Als Merkmale der Endlosserie definiert Mielke die narrationsexterne und die narrationsinterne Endlosigkeit. Extern wird die Endlosigkeit durch die häufige Ausstrahlungsfrequenz der Serie sowie deren gleichbleibendes Rahmenprogramm erreicht. Dadurch integrieren sie sich in den Tagesablauf der Rezipienten – anders als Serien, die staffelweise laufen und somit immer wieder Sendepausen haben. Wichtiger ist allerdings die narrationsinterne Endlosigkeit. Diese ist nicht an die Charaktere gebunden, denn über einen längeren Zeitraum wird oft das ganze Figurenpersonal ausgetauscht. Wesentlich ist die sich immer wieder wiederholende Darstellung bestimmter Stereotypen, durch die Wiedererkennungseffekte hervorgerufen werden, egal ob die Stiefmutter die „böse“ Figur darstellt oder der neue Freund der Tochter. Diese Stereotype sind schnell auszumachen und ermöglichen auch den einfachen Serieneinstieg für ein neues Publikum.<sup>116</sup>

### **3.3 Charakteristika der Fernsehserie**

Serien sind mit der Zeit neben Filmen zu extrem wichtigen und erfolgreichen Fernseh-inhalten herangewachsen. Weite Verbreitung fand die Serie zunächst in den USA, wo sich das Fernsehen gleich nach dem Zweiten Weltkrieg etablieren konnte – im Jahr 1953 besaßen dort 50 Prozent aller Haushalte einen Fernseher. So konnten die Zuschauer in Europa schon kurze Zeit nach der offiziellen Einführung des Fernsehens amerikanische Unterhaltung in Anspruch nehmen. Der Erfolg dieser Ware – und vor allem der TV-Serien – beeinflusste auch die europäische Produktion. Auch heute noch dürften amerikanische Serien die erfolgreichsten und wirkungsintensivsten Fernsehproduktionen der Welt sein. Das führte dazu, dass der Geschäftszweig „Serie“ immer mehr ausgebaut wurde und das Kapital für die Produktion genauso anstieg wie die Gage für die Darsteller – die Exporte

---

<sup>114</sup> Siehe dazu Kapitel 3.3.

<sup>115</sup> Vgl. Mielke, 2006, S. 507f.

<sup>116</sup> Vgl. ebd., S. 524f.

der Serien in andere Länder ist für diese Sparte in Hollywood mittlerweile überlebenswichtig.<sup>117</sup>

Da die Serienproduktion so risikoreich und kostspielig ist, wird vor allem in den USA viel in Forschung darüber investiert. Schon nach nur wenigen Episoden einer neuen Serie wird erhoben, was den Zuschauern davon am besten gefällt. Bevor entschieden wird, ob eine weitere Staffel der Serie gedreht wird, wird ein sogenannter „Maintenance test“ durchgeführt, mit Hilfe dessen die künftigen Einschaltquoten ermittelt werden sollen. Nach den Ergebnissen richten sich die Produzenten: Je nachdem, ob sie beliebt sind oder nicht haben Charaktere mehr oder weniger Auftritte. Möglich ist auch, dass eine bestimmte Person der Serie in ein neues Umfeld gesetzt wird und Hauptperson einer neuen Serie wird, einem sogenannten „Spin-Off“. Das „Spin-Off“ kann entweder parallel zur ursprünglichen Serie laufen oder diese ablösen.<sup>118</sup>

Wie lange eine Serie läuft, ist höchst unterschiedlich. Prinzipiell charakterisiert die Serie die Mehrteiligkeit, im kürzesten Fall besteht eine Serie also nur aus zwei Folgen. Ungeschlagen bleibt wohl die amerikanische Daily-Soap „Reich und schön“, die seit 1987 läuft und mittlerweile über 5000 Folgen hat. Zu den erfolgreichsten Serien aller Zeiten gehört auch die Zeichentrick-Serie „Die Simpsons“, die mittlerweile 19 Staffeln und über 400 Folgen hat. Eine so lange Produktionszeit ist jedoch eine Seltenheit. Erfolgreiche Serien laufen im Normalfall einige Jahre und enden dann, weil die Zuschauer kein Interesse mehr haben, die Schauspieler abspringen oder den Drehbuchautoren die Ideen ausgehen. Erfolglose Serien werden dagegen schon nach nur wenigen Folgen wieder abgesetzt. Eine Episode einer Fernsehserie dauert in der Regel entweder 25 bis 30, 45 oder 55 bis 60 Minuten.

Hickethier erkennt in Fernsehserien eine doppelte Struktur. Zum einen sieht er eine periodische Abfolge gegeben, in der die einzelnen Folgen von ihrer Dramaturgie und Produktionsstruktur eine abgegrenzte Einheit darstellen, zum anderen bieten sie aber Anknüpfungspunkte an vorherige und für nachfolgende Folgen. So gesehen bilden Serien eine Kette von Einzelfolgen.<sup>119</sup>

---

<sup>117</sup> Vgl. Boll, 1994, S. 17f.

<sup>118</sup> Vgl. ebd., S. 18f.

<sup>119</sup> Vgl. Hickethier, 1991, S. 9.

*„Diese doppelte Formstruktur, einerseits zeitlich und inhaltlich begrenzte Einheit zu bieten, andererseits sich auf einen größeren, häufig auch vom Zuschauer gekannten Zusammenhang zu beziehen, stellt eine der vielen Attraktionsmomente der Serie dar. Die Begrenztheit der Serienfolge (...) macht die Folge leichter konsumierbar, steigert ihre Integrationsfähigkeit in den Zuschaueralltag.“<sup>120</sup>*

Eingebettet ist die Serie in das Fernsehprogramm. Durch die Einbindung des Fernsehens in den Alltag der Zuschauer entstehen Rituale, wodurch sich auch Erwartungen seitens der Zuschauer entwickeln. Diese beinhalten den Wunsch nach regelmäßiger und verlässlicher Unterhaltung, nach etwas, das die Emotionen anspricht, den Zuschauern etwas von Welt erzählt und sie gleichzeitig vor ihrer eigenen flüchten lässt. Dieser Bedarf führte nach Hickey zur Einführung wiederkehrender Programmplätze, die in gleicher Weise gefüllt werden wollen. So entstand eine kontinuierliche und serielle Produktion des Programms.<sup>121</sup> Für die Etablierung einer Serie ist es auch wichtig, über längere Zeit immer am gleichen Programmplatz gesendet zu werden – nur so kann sie sich gut in den Alltag der Zuschauer integrieren und die Seriencharaktere sich etablieren.

Wichtig ist, dass eine Fernsehserie Identifikationspotenzial für die Zuschauer bietet. Die mitwirkenden Serienfiguren besitzen im Normalfall Charaktere, die von der ersten Folge an bekannt sind. Je nach Seriengenre gibt es beispielsweise bei Action- oder Krimiserien einen Helden, an den man sich halten kann. In Familien- oder Komödienserien dagegen gibt es im Normalfall keine Helden, da diese aus der Welt des Alltäglichen berichten sollen. Hier spielen mehrere Hauptfiguren mit, die unterschiedliche Eigenschaften und Fähigkeiten aufweisen – somit ist die Chance für die Zuschauer größer, zumindest eine Identifikationsfigur zu finden. Die Identifikation ist ein wesentliches Erfolgsmerkmal der Fernsehserie.<sup>122</sup> Auf das Verhältnis zwischen dem Zuschauer und der Serienfigur wird später noch genauer eingegangen.

Emotionen sind ein wichtiger Bestandteil jeder Fernsehserie. In der fiktionalen Darstellung geht es darum, die zwischenmenschlichen Beziehungen in erfundenen Situationen darzustellen, mit all ihren Konflikten und den emotionalen Höhen und Tiefen einer Beziehung. Natürlich werden diese Konflikte immer wieder in ähnlicher Weise wiederholt. „Die

---

<sup>120</sup> Ebd., S. 10.

<sup>121</sup> Vgl. ebd., S. 12.

<sup>122</sup> Vgl. Boll, 1994, S. 49.

andauernde wiederholte emotionale Stimulation erfordert in der Serienproduktion eine langfristige Strategie kalkulierten Emotionsaufbaus und –abbaus, von Erregung und Dämpfung der Zuschauererfühle.“<sup>123</sup> Für Serienproduzenten stellt dies eine große Herausforderung dar: Sie dürfen Emotionen nicht so überstrapazieren, dass die Zuschauer sich daran gewöhnen und abstumpfen, sondern sie müssen sie so dosieren, dass man immer „am Ball bleibt“, die Serie spannend findet.

Ein Mittel, das die Fernsehserie spannend machen und die Zuschauer zum Weiterschauen motivieren soll, ist der „Cliffhanger“. Bei diesem bricht die Serie mitten im spannendsten Moment der Handlung ab und die Folge ist zu Ende. So soll die Spannung und Neugier beim Zuschauer gesteigert werden, damit er bei der nächsten Folge wieder zusieht. Am öftesten wird der Cliffhanger in psychologischen Situationen verwendet, etwa bei Familienserien. Cliffhanger gibt es aber nicht nur am Ende einer Folge oder einer Staffel einer Serie, sondern auch während einzelner Folgen vor der Werbepause.

Als weitere wichtige Faktoren in der erzählerischen Struktur des Fernsehens nennt Ulrich Brandt Spannung, Überraschung und Neugier. Eine Erzählung gibt ein Ereignis nicht 1:1 wieder, sondern greift dramaturgisch ein – der faktische Ablauf der Ereignisse und der Ablauf der Darstellung dieser Ereignisse im Fernsehen müssen nicht unbedingt übereinstimmen. Gerade Veränderungen der Reihenfolge ergeben die oben genannten Faktoren Spannung, Neugier und Überraschung. Ausgelöst werden diese in der Regel durch Auslassungen in der Erzählung: Neugier wird dann geweckt, wenn dem Zuseher eine Information vorenthalten wird und er das auch genau weiß. Spannung wird erzielt, wenn Ereignisse auftreten, bei denen der Zuseher weiß, dass sie nicht ohne Konsequenzen bleiben. Der Effekt der Überraschung wird hervorgerufen, wenn dem Zuseher (ähnlich wie bei der Neugier) eine wesentliche Information verheimlicht wird, er davon aber nichts weiß. All diese Faktoren animieren den Zuseher dazu, Hypothesen über den weiteren Verlauf der Handlung zu bilden und erhöhen somit auch seine emotionale Involviertheit. Spannung, Neugier und Überraschung können entweder kurze Einheiten in einer Folge bilden oder sich auch über die ganze Folge bis hin zu über mehreren Episoden ziehen. Die drei Faktoren können auch parallel nebeneinander auftreten und so „möglichst viele Fäden unterschiedlicher Struktur zu einem unentwirrbaren, überzeugenden oder wenigstens unaus-

---

<sup>123</sup> Hickethier, 1991., S. 15.

weichlichen Erzählgenzen zu verknüpfen, ohne daß [sic!] die Linearität der Haupthandlung durchbrochen würde.“<sup>124</sup>

Charakteristisch für die Fernsehserie ist auch das Auftauchen mehrerer Handlungsstränge gleichzeitig in einer Folge. So gibt es meist eine Haupt- und mehrere Nebenhandlungen, die abwechselnd gezeigt und mehr oder weniger miteinander verwoben sind. Diese fördern auch die Wiedererkennbarkeit einer Serie.

Grundsätzlich unterscheidet Uwe Boll einige verschiedene Fernsehserien-Genres.<sup>125</sup> Basis für alle verschiedenen Gattungen sind seiner Meinung nach die Krimi- und die Familienserie. Jedes andere Genre zeige oft nur Variationen von Krimi- oder Familiengeschichten.

- Die Krimiserie: Sie hat normalerweise einen Helden, der charakterlich die ganze Zeit über gleich bleibt und jede Folge einen neuen Fall zu lösen hat, was er in der Regel auch schafft. Mit der Realität lässt sich dies freilich nicht immer vergleichen, denn hier ist die Aufklärungsquote von Verbrechen wesentlich geringer. Im Mittelpunkt der Krimiserie steht immer die Gegenüberstellung von „Gut“ und „Böse“ und das Aufzeigen von Schattenseiten der Gesellschaft. Hier unterscheidet man Gangsterserien, Gaunerserien, Polizeiserien, Detektivserien, Agentenserien, Justizserien (Gerichtsserien und Anwaltsserien), Thriller und Reality-Serien (Amateurvideos, Bilder von Kamerateams, die live dabei waren, sowie Nachstellungen)
- Die Science-Fiction- und Fantasyserie: Dieses Genre enthält Legenden-, Geister-, und Märchenmotive, die mit Science-Fiction-Motiven verknüpft wurden. Eine Serie gehört zu diesem Typus, wenn die Handlung in der Zukunft angesiedelt ist und/oder durch fiktive technische Gerätschaften ermöglicht oder getragen wird sowie wenn die Protagonisten übersinnliche Fähigkeiten besitzen. Hier unterscheidet man die Science-Fiction-Familienserie, die Superheldenserie, die Monsterserie, die Abenteuer- und Technikserie, die Kinder-Fantasyserie, Spielreihen die sich mit der Zukunft des Menschen und von Technologien beschäftigen, Dokumentar- und Semidokumentarreihen, die sich mit übersinnlichen Phänomenen auseinandersetzen und Horrorserien.
- Die Komödienserie: Die Handlung der Serie ist vor allem darauf ausgelegt, die Zuseher zum Lachen zu bringen. Dies geschieht zum Beispiel durch chaotische Darsteller, die alles durcheinander und ihre Umwelt auf die Palme bringen. Es gibt verschiedene Formen der Komödienserie: Slapstickfilme unter einem festen Reihentitel, Shows mit

---

<sup>124</sup> Brandt, 1995, S. 55.

<sup>125</sup> Vgl. Boll, 1994, S. 51-89.

Komikern, Genreparodien, heitere Familienserien, die Sitcom und komödiantische Puppen- und Zeichentrickserien. Nicht dazu gehören Dramedys, eine Krimi- oder Familienserie mit humoristischem Unterton.

- Die Tierserie: Sie ist vor allem bei Kindern beliebt und von einem tierischen Helden geprägt. Vor allem Pferde und Hunde eignen sich gut für diese Art der Serie. Tierserien werden seit den Achtzigern nicht mehr produziert, seitdem spielen Tiere – wenn sie in Serien vorkommen – eher Nebenrollen. Man kann die Familientierserie und die Streunerserie unterscheiden.
- Die Animationsserie: Die Handlungsträger sind hier keine realen Personen, sondern Puppen, Zeichnungen, Modelle oder Ähnliches. Zu Inhalt und Form kann man keine allgemeinen Angaben machen, da die Geschichten vielfältig sind und fast alle Genres umfassen: Menschen und vermenschlichte Tiere in wilden Verfolgungssituationen, Menschen im Alltag in grotesken Situationen, denen sie nicht gewachsen sind, Verfilmungen von Kinderliteratur, abenteuerliche Erlebnisse von Kindern und Erwachsenen, familiäre Erlebnisse von Fantasiefiguren und Abenteuer von Superhelden.
- Die Westernserie: Um zu diesem Typ zu gehören, muss die Handlung der Serie in Nordamerika vor 1930 spielen und Cowboys und Farmer eine wesentliche Rolle innehaben. Diese Serienform transportiert vor allem nationale Mythen und Werte und verkörpert den Wunschtraum von Freiheit. Ausformungen dieser Serie: Hüter der Ordnung und die Familie des Westens (auch Farmerserien).
- Abenteuer- und Historienserie: Die Handlung spielt in vergangenen Jahrhunderten und/oder an besonderen Schauplätzen (exotisch, bedrohlich, geheimnisvoll). Oft werden reale Ereignisse und Personen in fiktiver Form verarbeitet. Es gibt verfilmte Abenteuerromane, Biographieverfilmungen, Leben und Abenteuer von Naturmenschen, „Tarzan“ und Ableger, Abenteuer von „Zivilisierten“ im Dschungel, Kriegsserien, Piraten- und Seefahrerserien sowie Ritterserien.
- Die Familienserie: Die handelnden Personen leben oder arbeiten zusammen, im Mittelpunkt stehen ihre familiären, privaten und beruflichen Probleme. Es gibt zahlreiche Varianten dieses Serientyps: Serien um Oberschichtler, Telenovelas, Erlebnisse von Mittelschichtsfamilien (im historischen Kontext, im beruflichen Kontext – hier gibt es zahlreiche Variationen, Erlebnisse von Kindern, Jugendliche und ihre pubertären Probleme, Familienkonflikte auf humoristische Art).

### 3.3 Die Fernsehserie, ein Produkt der Zuseher?

Das Fernsehpublikum ist heterogen, Beziehungen zwischen den Zuschauern und den Fernsehangeboten daher vielgestaltig. Eine bedeutende Rolle im Aufbau einer Beziehung zwischen Fernsehen und Zuseher spielt die Rezeptionssituation. Auf der einen Seite sind die Zuwendungsmotive<sup>126</sup>, Wissensstände und das Interesse zu unterscheiden, auf der anderen Seite sind die Rahmenbedingungen der Rezeption verschieden – je nachdem, ob sich jemand vollständig dem Fernsehprogramm widmet oder nur nebenbei, ob er alles mitbekommt oder nur Bruchstücke. Je nachdem, was um den Zuseher herum vorgeht, variiert seine Aufmerksamkeit von völliger Konzentration auf das Programm über etliche Zwischenstufen bis hin zur Nichtbeachtung. Außerdem nutzen Menschen oft mehrere Medien simultan – sie lesen während des Fernsehens oder surfen dabei im Internet, usw. Es ist sogar anzunehmen, dass die meisten Menschen während des TV-Konsums auch anderen Tätigkeiten nachgehen – so wie das Radio schon vor einiger Zeit durchläuft nun auch das Fernsehen die Entwicklung zu einem Hintergrundmedium. Vor allem Fernsehserien, wo oft ein Großteil der Handlung im Dialog zwischen den Protagonisten passiert, eignen sich für diese Art der Aufmerksamkeit – selbst wenn man nicht immer zum Fernseher sieht, wie zum Beispiel beim Bügeln, kann man durch die Gespräche die Sendung soweit verfolgen, dass sich ein sinnvoller Zusammenhang ergibt.

Grundsätzlich könne man zwischen objektiven Kontextbedingungen der Rezeption sowie subjektiven Voraussetzungen unterscheiden, meint Martin Jurga. Zu den Kontextbedingungen zählen formale Merkmale des Medienangebots sowie die situativen Bedingungen während und nach der Rezeption. Subjektiv bestimmen folgende Faktoren die Rezeption: Vertrautheit mit dem Ort, ob man einzeln oder in einer Gruppe – und wenn ja, was für einer Gruppe – fernsieht und wie man sich dem Medium zuwendet (völlig oder nebenbei). Wichtig sei weiters die Fernsehsozialisation, individuelle Programmpräferenzen sowie Wissensstände und die Tages- bzw. Gesamtbefindlichkeit des Zusehers.<sup>127</sup>

Der gesamte Rezeptionsprozess beruht jedenfalls nicht auf dem sturen Enkodieren von Filmmaterial, sondern es handelt sich um einen höchst unterschiedlichen und individuellen

---

<sup>126</sup> Anm.: Die Zuwendungsmotive können sehr stark variieren und sich auch während der Rezeption ändern – man kann den Fernseher einschalten aus Langeweile, Gewohnheit oder um „abzuschalten“, beim Zappen aber beispielsweise bei einer Dokumentation hängenbleiben, die man dann aufmerksam und interessiert verfolgt.

<sup>127</sup> Vgl. Jurga, 1999, S. 55.

Prozess. „Vielmehr ist beim Aneignungsprozeß [sic!] medialer Texte von Aktivitäten der Zuschauer auszugehen, die eine kreative Beteiligung am Sinnbildungsprozeß [sic!] und an der Bedeutungskonstruktion in der Auseinandersetzung mit den Medientexten nahelegen.“<sup>128</sup> Der Zuseher hat also einen großen Anteil daran, wie er Medieninhalte aufnimmt. Er schafft sich durch seine spezifische Situation und Sozialisation sowie durch den kulturellen Kontext, aus dem er stammt und indem er sich aufhält, eine eigene Lesart und gibt somit den Inhalten Bedeutung. Diese muss nicht zwangsläufig dieselbe sein, die vom Produzenten des Inhalts beabsichtigt war. Man kann hier also von einer produktiven Rezeption sprechen. Dennoch liegt die Entschlüsselung eines Medieninhaltes natürlich nicht alleine beim Rezipienten, sondern berücksichtigt auch die Seite der Produzenten.

Jurga geht also von einem aktiven Rezipienten aus. Damit meint er den Nutzungszugang zum Fernsehen im Sinne von Selektivität, Aufmerksamkeit und Medienpräferenz sowie die kognitive Aneignung der Medieninhalte durch Interpretation, eigene Lesart sowie eine aktive Bedeutungskonstruktion. Doch auch der kommunikative, aktive Umgang bzw. die kritische Auseinandersetzung mit den Medienprodukten gehört hier dazu.<sup>129</sup> Gemeint ist damit die Kommunikation über mediale Produkte, die während oder nach deren unmittelbarer Rezeption stattfindet.

### **3.4 Beziehungen zu Serienfiguren**

„Die Identifikation der Rezipienten mit Figuren in Romanen, Rollen auf der Bühne und Figuren in Kinofilmen gilt als ein Charakteristikum des Zuschauerverhaltens“<sup>130</sup>, schreibt Jurga. Die Identifikation mit Rollen in Fernsehserien ist nicht nur ein Charakteristikum, sondern auch ein Erfolgsgrund dieser Gattung. Der Zuschauer sieht den Alltag, gewöhnliche Probleme, die auch ihn selbst treffen könnten. So kann er mitfühlen und gleichzeitig mitlernen, wenn der Protagonist das Problem löst. Dabei identifiziert sich die Person aber nicht mit dem realen Darsteller, sondern mit der Serienfigur. Ein klassisches Indiz dafür: Namen von Filmschauspielern kennt jeder, die Namen ihrer Figuren nicht unbedingt. Umgekehrt kennt man bei Serien die Namen ihrer Charaktere, aber seltener die Namen der mitwirkenden Schauspieler.<sup>131</sup>

---

<sup>128</sup> Ebd., S. 60.

<sup>129</sup> Vgl. ebd., S. 62.

<sup>130</sup> Jurga, 1999, S. 73.

<sup>131</sup> Vgl. Lecke, 2000, S. 142.

Nicht selten entsteht zur Serienfigur eine Art Freundschaft, eine sogenannte parasoziale Beziehung. Es handelt sich dabei jedoch um eine face-to-screen-Situation, eine asymmetrische Beziehung. Der Zuseher blendet das aus und es entsteht die Illusion, dass der Seriencharakter Teil der unmittelbaren Umgebung ist. Das kann sich im Extremfall so weit steigern, dass der Zuseher die Serienfigur als reale Person sieht und nicht mehr als Schauspieler, der seine Rolle nach dem vorgeschriebenen Drehbuch gestaltet – der Zuseher vermischt also die reale mit der fiktiven Welt. Der Rezipient entwickelt dann eine zu der angebotenen komplementäre Rolle, wie etwa Freund, Geliebter, Bewunderer oder Feind der Serienfigur.

Oftmals tendieren Zuseher dazu, die Serienfiguren nicht nur ins reale Leben zu integrieren, sondern sie auch mit sich selbst oder ihrer Umwelt zu vergleichen. So geschieht das beispielsweise häufig mit den von den Medien tradierten Schönheitsidealen. Doch auch Erfolg kann ein Vergleichsfaktor sein, vor allem wenn man sich in einer ähnlichen Situation wie der Seriencharakter befindet. So tragen Serien zur Identitätsbildung bei und beeinflussen die Selbstbilder einer Person. Zusätzlich werden Serienfiguren als Teil einer Gesellschaft oder Altersgruppe gesehen, die mit ihren Werten und Einstellungen als besonders typisch für diese Gruppe gelten. Medien visualisieren also Rollenbilder, also können auch Idealvorstellungen – wie eben beispielsweise die von einem Journalisten – von Fernsehserien geprägt werden.

Auch Elisabeth Taschner hat einen ähnlichen Fall in ihrer Dissertation untersucht. Sie hat erhoben, inwieweit Personen für fiktive Fernsehfiguren – in ihrem Fall Ärzte – implizite Persönlichkeitstheorien<sup>132</sup> entwickeln. Dabei zeigte sich, dass für jede neue Figur eine neue Theorie gebildet wurde, dass Vielseher von Arztserien aber ein viel positiveres Arztbild aufwiesen und die Fernsehserien auch viel realistischer fanden als andere.<sup>133</sup> Das weist zumindest darauf hin, dass die Fernsehserie nicht gänzlich ohne Einfluss auf die Vorstellungen der Rezipienten ist.

---

<sup>132</sup> Anm.: Eine naive Theorie darüber, wie andere Personen sind, welche Eigenschaften sie aufweisen und warum sie wie handeln. So sollen zwischenmenschliche Beziehungen und die Orientierung in der sozialen Welt erleichtert werden.

<sup>133</sup> Vgl. Taschner, 1990, S. 179f.

## 3.5 Zu den untersuchten Serien

Für die vorliegende Arbeit wurden die drei amerikanischen Fernsehserien „Gilmore Girls“, „Smallville“ und „Sabrina – Total verhext!“ analysiert. Zu dieser Auswahl kam es, weil speziell Serien gesucht wurden, die Jungjournalisten zeigen: Wie sie zu ihrer Arbeit kommen, wo sie arbeiten und wie ihr Arbeitsalltag aussieht. Der Jungjournalist musste dabei tragende Rolle in der Serie spielen, damit ihm auch genügend Sendezeit zuteil wird. Auf den folgenden Seiten werden nun einige grundlegende Dinge über die betreffenden Serien erläutert.

### 3.5.1 „Gilmore Girls“

Originaltitel: „Gilmore Girls“

Genre: Comedy, Drama, Familie

Drehzeit: 2000-2007

Drehort: Burbank, Kalifornien, USA

Idee: Amy Sherman-Palladino und Dan Palladino

Folgen: 154 in 7 Staffeln

Zum Inhalt:

Lorelai Gilmore und ihre Tochter Rory leben in der fiktiven Kleinstadt „Stars Hollow“ in Connecticut. Lorelai ist alleinerziehende Mutter und bekam ihre Tochter mit 16. Sie beschloss, sie alleine und nach ihren Vorstellungen großzuziehen und verließ deswegen ihre konservativen und gutsituierten Eltern. Die Serie beginnt, als die 15-jährige Rory an der Privatschule Chilton angenommen wird. Rorys Traum ist es, in Harvard zu studieren und einmal Journalistin zu werden. Lorelai möchte ihre Tochter bei diesem Traum unterstützen und bittet dafür sogar ihr wenig geliebten Eltern um Hilfe.

Rory, eine Musterschülerin, arbeitet für die Schülerzeitung und schließt die High School als Jahrgangsbeste ab. Dann beginnt sie ein Studium in Yale, wo sie bei der Universitätszeitung arbeitet und auch deren Chefredakteurin wird. Am Ende der Serie schließt sie ihr Studium ab und bekommt einen Job bei einem Online-Magazin, für das sie den US-Präsidentschaftskandidaten Barack Obama bei seiner Wahlkampftour begleiten muss.

Die Serie dreht sich im Wesentlichen um die Beziehung zwischen Mutter und Tochter, die mehr Freundinnen als Verwandte sind. Dennoch spielt Rorys Wunsch, Journalistin zu

werden, von der ersten bis zur letzten Folge eine Rolle. Der Zuschauer begleitet sie von der High School an bei ihren ersten journalistischen Versuchen in der Schülerzeitung, durch ihr Studium, ein erstes Praktikum und Rückschläge bis zu ihrer Jobsuche nach dem College.

Die Figur der Rory ist sehr moralisch und gewissenhaft, hat beispielsweise für einen einzigen Artikel Mappen voller Recherchematerial. Sie weiß, was sie will, ist jedoch teilweise unsicher und leicht angreifbar. Im Verlauf der Serie kann man gut nachvollziehen, wie sich ihre journalistische Karriere entwickelt.

Für die Analyse dieser Serie wurden 15 Folgen aus den Staffeln vier bis sieben ausgewählt. Die ersten drei Staffeln wurden weggelassen, weil Rory erst in der vierten Staffel mit ihrem Studium und der Arbeit bei der Universitätszeitung „Yale Daily News“ beginnt. Davor ist sie nur in der High School bei der Schülerzeitung tätig, was für die Analyse ihrer journalistischen Karriere vernachlässigbar ist.

### **3.5.2 „Smallville“**

Originaltitel: „Smallville“

Genre: Action, Drama, Fantasy

Drehzeit: 2001-?

Drehort: Vancouver, British Columbia, Kanada

Idee: Alfred Gough, Miles Millar

Folgen: 152 in 7 Staffeln, 2008/09 wird die achte Staffel gedreht

Zum Inhalt:

In „Smallville“ geht es – wie in so vielen Serien – um Superman. Doch ist hier einiges anders, als bei klassischen Superman-Serien: Gezeigt wird nämlich Clark Kent als Teenager, auf seinem Weg zum Erwachsenwerden. Smallville in Kansas ist der Ort, in dem der junge Clark aufwächst. Die Serie beginnt damit, dass sie zeigt, wie Clark von seinem Heimatplaneten auf die Erde zu seinen neuen Eltern Jonathan und Martha Kent kommt. Auch seine Superkräfte hat Clark nicht von Anfang an, diese entwickeln sich erst im Laufe der Jahre. Ein wesentlicher Bestandteil der Serie ist, dass Clark versucht, seine Superkräfte vor seinen Freunden zu verheimlichen. Zu seinen Freunden gehört auch Chloe Sullivan, die in der fünften Staffel beginnt, bei der renommierten Zeitung „Daily Planet“ zu arbeiten.

Chloe ist bei dieser Serie das Objekt der Analyse. Natürlich gibt es in jeder Episode ein neues Abenteuer, neue Geheimnisse und neue Gefahren und Chloe kann als Journalistin durch ihre Recherchen und Kontakte oft helfen oder Storys aufdecken. Man sieht, wie sie sich anfangs in der Redaktion eingewöhnt und in weiterer Folge ihren Arbeitsalltag.

Analysiert wurden für die vorliegende Arbeit sieben Folgen aus der fünften und sechsten Staffel. Bis zur vierten Staffel gehen Clark und Chloe noch zur High School, daher sind diese nicht relevant. Die siebente Staffel wird nicht der Analyse unterzogen, da erst im Herbst 2008 mit der wöchentlichen Ausstrahlung im deutschsprachigen Fernsehen begonnen wurde, was für die Analyse zu spät war.

### **3.5.3 „Sabrina – Total verhext!“**

Originaltitel: „Sabrina, the Teenage Witch“

Genre: Comedy, Sitcom, Fantasy

Drehzeit: 1996-2003

Drehort: Los Angeles, Kalifornien, USA

Idee: Nell Scovell

Folgen: 165 Folgen in 7 Staffeln

Zum Inhalt:

Die Serie beginnt mit dem Teenager Sabrina, die bei ihren Tanten Hilda und Zelda wohnt. An ihrem 16. Geburtstag erfährt sie, dass sie eine Hexe ist und muss von nun an lernen, ihre Zauberkräfte unter Kontrolle zu bekommen. Dabei helfen ihr ihre Tanten, die auch Hexen sind, und ihr sprechender Kater Salem. Schwierigkeiten hat sie vor allem oft damit, ihre magischen Fähigkeiten vor ihren Schulkameraden, ihren Lehrern und Freunden zu verbergen.

Nachdem Sabrina die High School abgeschlossen hat, beginnt sie ein Journalismus-Studium und zieht in eine Studenten-WG. Später versucht sie sich kurz als Radio-Moderatorin, bevor sie ein Praktikum und schließlich einen Job bei einem Magazin bekommt.

Sabrina, die Hauptdarstellerin, ist auch zugleich die Figur, die für die vorliegende Arbeit analysiert wurde. Der Zuschauer sieht ihre ersten journalistischen Schritte, wie sie sich als

Radiomoderatorin versucht, aber scheitert. Man kann verfolgen, wie sie den Job beim Magazin bekommt und wie sie sich dort eingewöhnt, inklusive ihrer Probleme mit den Kollegen und Vorgesetzten.

Zur Analyse wurden sieben Folgen aus der sechsten und der siebenten Staffel herangezogen. Bis zum Beginn der fünften Staffel besucht Sabrina noch die High School, was für die Analyse nicht relevant ist. Auch ihr erstes Collegejahr und somit die fünfte Staffel sind für die Analyse nicht wichtig.



## B Empirischer Teil

### 4. DIE FERNSEHANALYSE

In diesem Kapitel wird die Analyse der Fernsehserien durchgeführt. Zuerst erfolgt eine theoretische Einführung in die Methode der Film- und Fernsehanalyse, weiters wird die verwendete Methode samt Fragenkatalog kurz vorgestellt und anschließend erfolgt die empirische Analyse und die Ergebnispräsentation.

#### 4.1 Zur Fernsehanalyse allgemein

„Film- und Fernsehanalyse will über die ästhetischen Strukturen von Filmen, Fernsehsendungen und Videos Einsichten und Erkenntnisse sprachlich formulieren, um sie auf diese Weise bewusst zu machen“<sup>134</sup>, schreibt Knut Hickethier. Film- und Fernsehanalyse bewegt sich daher weg von der ästhetischen Betrachtung des Mediums und hin zu einem analytischen Zugang auf einer tieferen Ebene des Verstehens, wo sowohl sprachliche als auch nicht-sprachliche Elemente besonders beachtet werden. Filmanalyse sei daher nur ein sekundärer Text neben dem Primärtext des Films oder der Fernsehsendung.<sup>135</sup> Dennoch gehe durch das genaue Zerpflücken der ästhetische Genuss nicht verloren, sondern könne sogar noch gesteigert werden, weil der Betrachter vormals verborgene Bedeutungspotenziale im Film für sich erschließt, meint Hickethier.<sup>136</sup> Die Film- und Fernsehanalyse ist zugleich eine Verständigungsform über das Medium Film. Interpretationen sind somit immer in Zusammenhang mit der Zeit ihrer Entstehung zu sehen und niemals allgemein gültig.

Wesentliches Element der Film- und Fernsehanalyse ist die Formulierung von Fragen an das Produkt. Diese ergeben sich entweder aus dem Medium selbst oder einem vorher feststehenden Erkenntnisinteresse oder wissenschaftlichen Untersuchungsansatz – eben wie in dieser Arbeit, die Frage wie eine bestimmte Berufsgruppe in Fernsehserien dargestellt wird.

---

<sup>134</sup> Hickethier, 2007, S. 26.

<sup>135</sup> Vgl. ebd.

<sup>136</sup> Vgl. ebd., S. 27.

Grundsätzlich kann man zwei unterschiedliche Richtungen der Filmanalyse unterscheiden: die empirisch-sozialwissenschaftliche Inhaltsanalyse und die hermeneutische Interpretation, wobei erstere als quantitativ, zweite als qualitativ gilt. Die Abgrenzung zwischen den beiden Varianten ist jedoch nicht mehr trennscharf und es werden auch in hermeneutische Verfahren quantitative Verfahren eingebunden und umgekehrt.

Prinzipiell hat sich für Werner Faulstich ein Grundmodell der Filmanalyse herausgebildet, das sich problemlos variieren, verkürzen oder auch ausweiten lässt. Dabei unterscheidet er vier verschiedene Zugriffe auf den Film, die einer objektbezogenen Logik folgen: Zuerst geht es um das „Was“, die Handlung, was in welcher Reihenfolge geschieht. Danach wird das „Wer“, die handelnden Personen, in den Mittelpunkt gerückt. Weiters wird nach dem „Wie“ gefragt, welche Erzählformen sich im Film finden. Abschließend wird das „Wozu“ thematisiert, das für Normen, Werte und Ideologien des Films herausfiltert.<sup>137</sup>

Freilich können diese vier Zugänge nicht unabhängig voneinander betrachtet werden, sondern sie ergänzen sich. Sie alle beleuchten ein und dasselbe Objekt nur aus verschiedenen Perspektiven, die ineinander übergehen.

Faulstich meint, dass je nach dem Film auch die Analysekatoren und Fragestellungen angepasst werden müssen, da sich nicht jedes Werkzeug für jeden Film eigne. „Grundsätzlich gilt: Es müssen jene Kategorien ausgewählt und eingesetzt werden, die am ergiebigsten sind, das heißt, die Verwendung des konkret eingesetzten Instrumentariums rechtfertigt sich aus den Resultaten.“<sup>138</sup>

Wichtig ist jedenfalls, festzuhalten, dass es *die* Analyse eines Films nicht gibt. In jedem Fall werden nur bestimmte Aspekte oder wichtige Momente untersucht – das Wichtigste ist, zu wissen was man sucht, entsprechende Fragestellungen zu entwickeln und diese dann an das Material zu richten.<sup>139</sup>

Lothar Mikos definiert fünf Ebenen der Analyse: Inhalt und Repräsentation, Narration und Dramaturgie, Figuren und Akteure, Ästhetik und Gestaltung sowie Kontexte. Natürlich überschneiden sich auch diese Ebenen und stehen in Bezug zueinander. Auch hier muss je

---

<sup>137</sup> Vgl. Faulstich, 2002 S. 25f.

<sup>138</sup> Ebd., S. 25.

<sup>139</sup> Faulstich, 1994, S. 118.

nach Erkenntnisinteresse bei der Gewichtung der Ebenen variiert werden. Eine Analyse könne sich auf eine dieser Ebenen beschränken, aber auch alle fünf umfassen, so Mikos.<sup>140</sup>

Ziel der Inhaltsanalyse ist es, Strukturen in den Äußerungen über das Medium auf eine quantifizierbare Weise zu ermitteln. Fragestellungen müssen also operationalisiert werden, damit man ein quantitatives Ergebnis erhält – dazu gehören die Frequenz-, die Valenz-, die Intensitäts- und die Kontingenzanalyse. „Voraussetzung ist eine genau entwickelte Fragestellung, die in Form von Hypothesen die zu beantwortenden Fragen vor dem Hintergrund einer Diskussion bereits vorhandener Ergebnisse über den Sachverhalt formuliert.“<sup>141</sup> Die Hypothesen werden dann mittels der bei der Untersuchung erzielten Ergebnisse verifiziert und falsifiziert.

Dem gegenüber steht der hermeneutische Zugang zu Filmen und Fernsehsendungen, der sich in den Geisteswissenschaften – und vor allem in der Literaturwissenschaft – entwickelte. Orientiert an der Textauslegung setzte sich die literarische Hermeneutik mit dem Sinnverstehen künstlerischer Texte auseinander, wobei unter Textauslegung eine Interpretation verstanden wird und nicht nur ein Verständlichmachen von Unverständlichem.<sup>142</sup> Dieser Punkt ist auch für die Film- und Fernsehanalyse von Bedeutung, für die es ebenfalls wichtig ist, verborgene Bedeutungsebenen aufzudecken. Die Hermeneutik ist ein zirkuläres Verfahren, bei dem der analysierte Text immer wieder aufs Neue befragt und mit Ergebnissen konfrontiert wird. Wichtig ist dabei im Auge zu behalten, dass das Sinnverstehen in der Film- und Fernsehanalyse immer subjektiv ist, da sich der Interpretierende nicht von seiner Erfahrung und seinem Standpunkt loslösen kann.

## 4.2 Die verwendete Methode

Von Beginn an stand fest, dass bei der Analyse der Fernsehserien für die vorliegende Arbeit hypothesengenerierend und somit qualitativ gearbeitet werden soll. Eine quantitative Inhaltsanalyse der empirisch-sozialwissenschaftlichen Tradition mit Frequenz- oder Valenzzählungen kam nicht infrage, da sie bei der vorliegenden Fragestellung nicht zielführend gewesen wäre. Als geeignete Methode wurde daher eine qualitative (hermeneutische) Filmanalyse ausgewählt. Da jedoch mein Untersuchungsgegenstand eine sehr

---

<sup>140</sup> Vgl. Mikos, 2003, S. 39.

<sup>141</sup> Hicketier, 2007, S. 29.

<sup>142</sup> Vgl. ebd., S. 30.

konkrete Fragestellung mit sich bringt und klassische zur Filmanalyse gehörende Aspekte wie der Produktionsrahmen nicht relevant sind, wird diese etwas spezifiziert sein.

Prinzipiell soll die Fernsehanalyse in der vorliegenden Arbeit auf dem Grundmodell von Faulstich beruhen<sup>143</sup>, jedoch eben auf den speziellen Fall abgestimmt. Beachtung finden daher die Handlung, die Akteure und die vermittelte Nachricht. Die Erzählform wurde in die Analyse nicht miteinbezogen.

Im Vorfeld der Analyse wurde ein Fragenkatalog erstellt, der an jede einzelne analysierte Folge gerichtet ist und im Zuge der Analyse beantwortet werden sollte. Dieser beschäftigt sich mit der allgemeinen Journalismus-Darstellung in der Serie sowie der journalistischen Hauptperson, ihren Eigenschaften und Verhaltensweisen. Während der Rezeption der Serienfolge wurde dieser Katalog dann möglichst ausführlich behandelt und anschließend die Ergebnisse aller Folgen der gleichen Serie interpretiert, um zu einem Gesamtergebnis für eine Fernsehserie zu kommen. Die Ergebnisse aller drei Serien wurden dann wiederum zu einem Gesamtergebnis zusammengefasst.

Die Grundgesamtheit der Analyse besteht aus 176 Folgen „Gilmore Girls“, „Smallville“ und „Sabrina – Total verhext!“. Darunter sind vier Staffeln und somit 88 Folgen der „Gilmore Girls“, zwei Staffeln und 44 Folgen von „Smallville“ sowie zwei Staffeln und 44 Episoden von „Sabrina – Total verhext!“. Die Stichprobe stellt mit 29 Folgen ein Sechstel der Gesamtgrundtheit dar und sollte somit ausreichend aussagekräftig sein. Die einzelnen Serien werden anteilmäßig (nach der Grundgesamtheit) in die Stichprobe übernommen: 15 Folgen „Gilmore Girls“ stehen jeweils sieben Folgen von „Smallville“ und „Sabrina – Total verhext!“ gegenüber.

### **4.3 Der Fragenkatalog**

Folgender Fragenkatalog wurde in jeder analysierter Folge so vollständig wie möglich beantwortet. Die Fragen beziehen sich auf die Position der Journalistin<sup>144</sup> in der Redaktion, auf das Journalismus-Bild allgemein sowie speziell auf die Person der Journalistin und ihre

---

<sup>143</sup> Anmerkung: Siehe Kapitel 4.1.

<sup>144</sup> Anmerkung: Die im Journalismus tätige Person ist in allen drei Serien weiblich.

Persönlichkeit. Selbstverständlich konnte nicht jede Frage aus dem Fragenkatalog in jeder Folge beantwortet werden, da die einzelnen Folgen unterschiedliche Aspekte behandeln.

#### Zum Inhalt:

Hier wird der für die Analyse bedeutsame Inhalt zusammengefasst. Nicht relevante Szenen aus der Serie werden weggelassen.

#### Allgemeine Fragen:

- Bei was für einem Medium arbeitet die Journalistin?
- In was für einem Bereich ist sie tätig? (Ressort)
- In was für einem Dienstverhältnis steht sie?

#### Zum Journalismus allgemein:

- Wie gründlich bzw. aufwendig wird recherchiert?
- Wer sind ihre Quellen?
- Wie kommt sie zu ihren Geschichten? (Hinweise von Informanten, Aussendungen, eigene Ideen, etc.)
- Welche Art von Geschichten schreibt sie? (Reportagen, Kritiken, etc.)
- Wie sieht der Tagesablauf aus? (Termine, Außenrecherchen, etc.)
- Wie verstehen sich die Mitarbeiter mit ihrem Vorgesetzten? Wie wird dieser dargestellt?
- Stehen die Kollegen in Konkurrenz zueinander?
- Wie werden die Kollegen dargestellt?

#### Zur Person selbst:

- Wie wird sie dargestellt?
- Was für einen Stellenwert hat Recherche für sie?
- Wie geht sie mit Kritik um?
- Wie sehen ihre ethischen Vorstellungen aus?
- Wie und warum ist sie zum Journalismus gekommen?
- Wie steht ihr Umfeld zu ihrem Beruf?

### Sonstige Bemerkungen:

Hier gibt es keine konkreten Fragen, sondern Platz, um Dinge festzuhalten, die zwar aufgefallen und wichtig sind, in den Fragen aber unerwähnt bleiben.

### Wesentliche Aussage:

Hier soll eine kurze Interpretation der analysierten Folge erfolgen. Ziel ist es, die in Bezug auf Journalismus wesentliche Aussage bzw. Mitteilung herauszufiltern und auf den Punkt zu bringen.

## **4.4 „Gilmore Girls“ – Die Analyse**

In diesem Kapitel wird jede analysierte Folge in Form eines kurzen Ergebnisses dargestellt. Dieses beinhaltet eine Inhaltsangabe sowie die „Message“ der Folge. Anschließend werden diese Einzelergebnisse in einem Gesamtanalyseergebnis zusammengefasst, sodass das Berufsbild, das durch die Serie „Gilmore Girls“ transportiert wird, beschrieben wird.

### **4.4.1 Die Einzelergebnisse**

#### Folge 4.08 „Neue Freunde, neue Feinde“

Zum Inhalt:

Rory muss für die College-Zeitung eine Kritik über eine Ballettaufführung schreiben. Diese ist dem Chefredakteur jedoch zu langweilig, weil ihre eigene Meinung fehlt. Sie schreibt die Kritik neu und ist diesmal schonungslos, womit sie sich nicht nur Freunde macht. So beschimpft und bedroht die Ballerina, die in dem Artikel gar nicht gut wegkommt, Rory deswegen in aller Öffentlichkeit. Vom schlechten Gewissen gepackt, versucht sie ihren Chefredakteur zu überreden, eine neue Kritik oder ein Porträt der Ballerina schreiben zu dürfen...

Das Wichtigste:

Kritik zu üben und zu erhalten sind wesentliche Elemente im Journalismus. Vor allem für seine Meinung kritisiert zu werden ist etwas, womit Journalisten umgehen lernen müssen, da es Bestandteil ihrer Arbeit ist. Klein beigeben ist etwas, das Journalisten vermeiden sollten.

#### Folge 4.10 „Eine heimliche Affäre“

Zum Inhalt:

Rory nimmt an einem Ritual für die Aufnahme bei der College-Zeitung teil. Dabei müssen alle Anwärter selbstgebastelte Hüte aus Papier tragen und einen Abend lang allen Redakteuren zur Verfügung stehen um die Abläufe in der Redaktion zu verinnerlichen. Der Chefredakteur ist gereizt, weil er eine Absage von einem Magazin erhalten hat und Rorys Kollegin und Freundin Paris stiehlt sich unerlaubt aus der Redaktion weg...

Das Wichtigste:

Um in einer Redaktion als vollwertiges Mitglied zu gelten und von den Kollegen akzeptiert zu werden, müssen junge Journalisten einiges mitmachen, was auch nicht immer Spaß macht. Mag das in diesem Fall eine besondere Tradition sein, wird es bei anderen Medien um andere Dinge gehen, wie zum Beispiel Berichte über wenig beliebte Themen. Wichtig ist es, sich in das bestehende Team einfügen zu können.

#### Folge 4.16 „Ein Trauerfall“

Zum Inhalt:

Rory ist jetzt eine vollwertige Redakteurin bei der College-Zeitung „Yale Daily News“. Zurzeit leidet sie allerdings darunter, dass sie für den Chefredakteur immer als Sündenbock herhalten muss. Als ihre Großmutter stirbt und sie einen Nachruf schreiben möchte, bemerkt er, dass sie sich in ihrer Arbeitszeit Privatem widmet und die Lage droht zu eskalieren. Sie erfindet eine Notlüge, kann ihn dadurch besänftigen und wird am Ende sogar von ihm bemitleidet...

Das Wichtigste:

Diskussionen und Streitkultur sind ein wesentlicher Bestandteil in den Redaktionen. Anschuldigungen sind zwar nicht immer gerecht, wer aber noch recht neu ist, hat oft keine Chance, sich dagegen zu wehren, sondern muss diese erdulden. Streitgespräche und Auseinandersetzungen werden so dargestellt, als wären sie typisch für Journalisten und den Alltag in einer Redaktion.

#### Folge 5.06 „Tanz der Hormone“

Zum Inhalt:

Rory hat das Ressort „Reportagen“ zugeteilt bekommen und stürzt sich voll in die Arbeit – vor allem als sie erkennt, dass ihre Kollegen dem Traum vom Journalismus durch Praktika und Ähnliches in den Sommermonaten schon viel näher gerückt sind als sie selbst. Zu-

nächst möchte sie etwas über das illegale Herunterladen von Musik im Internet schreiben. Während der Recherchen für diesen Artikel bemerkt sie jedoch etwas Eigenartiges, das ihr Interesse weckt: Sie stößt auf eine geheime Studentenverbindung in Yale und beginnt wild entschlossen zu recherchieren...

Das Wichtigste:

(Junge) Journalisten müssen immer am Ball bleiben und sich bemühen. Gute Geschichten zu finden, ist oft schwer, vor allem wenn man neu ist – weil das Meiste schon da war und neue Blickwinkel zu finden nicht immer leicht ist. Die spannendsten Entdeckungen macht man, wenn man neugierig ist, mit offenen Augen durch die Welt geht und auf sein Ziel beharrt.

#### Folge 5.12 „Süße Stunden“

Zum Inhalt:

Rory erklärt sich bereit, ihrem Kollegen Logan von der College-Zeitung bei einem Artikel zu helfen. Sie trifft sich mit ihm und bringt ihm zu seiner Überraschung drei große Stapel mit Recherchen und Notizen für nur einen Artikel mit...

Das Wichtigste:

Recherche ist das A und O im Journalismus, ohne sie geht gar nichts. Auch wenn das Ausmaß der Recherche für nur einen Artikel hier realistisch betrachtet stark überzeichnet ist, wird damit dennoch gezeigt, dass man in dieser Branche ohne sie nicht weit kommt.

#### Folge 5.20 „Das perfekte Paar“

Zum Inhalt:

Rory hat von Logans Vater, Mitchum Huntzberger, einem Zeitungsherausgeber, ein Praktikum bei der von ihm neu übernommenen „Stamford Eagle-Gazette“ angeboten bekommen und bereitet sich nun akribisch darauf vor. Sie recherchiert alles über Mitchum Huntzberger, was sie nur finden kann und ist an ihrem ersten Tag unsicher, aufgeregt und etwas unbeholfen, aber sehr eifrig. Später sieht man, dass ihr Wissen über ihren Chef ihr einige Pluspunkte eingebracht hat und sie schon viel besser in der Redaktion zurecht kommt...

Das Wichtigste:

Aller Anfang ist schwer, vor allem im Journalismus. Man ist früh auf sich alleine gestellt und dementsprechend planlos, mit Unsicherheit kommt man nicht weit. Rorys akribische Recherche zeigt zudem, dass junge Journalisten denken, dass sie über alles Bescheid

wissen und sich bei allem auskennen müssen. Ob dies tatsächlich so ist, bleibt dahingestellt.

#### Folge 5.21 „Kurzschluss“

Rory hat sich gut bei der Zeitung eingelebt, ist mit Feuereifer bei der Sache und hofft, dass sie auch in den Sommermonaten dort arbeiten kann. Nach einer Besprechung bekommt sie ein Feedback von Mitchum Huntzberger, der ihr deutlich sagt, dass sie zwar gute Arbeit macht und eine hervorragende Assistentin sei, jedoch seiner Meinung nach nicht das Zeug zur Journalistin habe. Daraufhin ist sie am Boden zerstört...

Das Wichtigste:

Auch hier heißt es wieder: Aller Anfang ist schwer. Kritik und Beurteilungen am Anfang einer Karriere können auch zugleich das Ende ebendieser bedeuten, weil man vor allem junge Menschen dadurch völlig aus der Bahn werfen kann. Vorschnelle Urteile sollten also vermieden werden, die Betroffenen sollten sich – wenn das ihr lebenslanger Traum ist – nicht dadurch davon abbringen lassen. Weiters werden in dieser Folge Eigenschaften genannt, die Journalisten kennzeichnen: Selbstbewusstsein, Hartnäckigkeit, Entschlossenheit und Engagement.

#### Folge 6.09 „Die verlorene Tochter“

Zum Inhalt:

Rory setzt alles daran, eine Stelle als Journalistin bei einer Zeitung zu bekommen. Der Chefredakteur der „Stamford Eagle-Gazette“ stellt ihr ein gutes Zeugnis aus, was sie dazu veranlasst sich mitsamt zwei dicken Mappen voller Bewerbungsunterlagen bei der Zeitung einzuquartieren und voller Entschlossenheit und Enthusiasmus um einen Job zu kämpfen...

Das Wichtigste:

Jobsuche im Journalismus ist nicht immer einfach. Wie bereits in der vergangenen Folge zeigt sich auch hier, dass Selbstbewusstsein, Hartnäckigkeit, Entschlossenheit und Engagement wichtige Erfolgskriterien sind.

#### Folge 6.12 „Hochzeitsstress“

Zum Inhalt:

Rory arbeitet wieder bei der „Yale Daily News“, wo mittlerweile Paris Chefredakteurin ist und alle Mitarbeiter tyrannisiert und bevormundet. Rory gefällt das nicht – und den anderen Mitarbeitern auch nicht. Dies wird bei einem heimlichen Treffen des Vorstandes deut-

lich, das Rory zufällig stört und bei dem sie Revolutionspläne schmieden. Rory versucht Paris davon zu überzeugen, das Ganze weniger streng zu sehen und nicht so viel Druck zu machen, weil das den anderen nicht gefällt, was Paris noch umso wütender macht...

Das Wichtigste:

Journalisten sind Menschen, die gerne selbstständig und frei arbeiten und sich nicht von ihrem Chef bevormunden lassen wollen. Sie lieben ihre Arbeit, kommen aber nicht mit jemandem aus, der sich ständig in alles einmischt und Artikel umschreibt.

#### Folge 6.13 „Ein perfektes Dinner“

Zum Inhalt:

Paris, die Chefredakteurin dreht langsam komplett durch und tyrannisiert alle. Sie hat sich einen kleinen Bunker als Büro geschaffen, in den sie sich einsperrt und von dem aus sie ihre Machtspielchen betreibt. Das geht so weit, dass fast alle Mitarbeiter kündigen und die Gefahr besteht, dass die Zeitung nicht erscheint. Paris denkt jedoch, sie könne alles alleine machen. Rory findet die Entwicklung furchtbar und will das Nichterscheinen in jedem Fall verhindern. Sie trommelt alle zusammen und teilt die Arbeiten ein, gemeinsam mit Logan schafft sie es, die Zeitung gerade noch rechtzeitig in die Druckerei zu schicken...

Das Wichtigste:

Journalisten legen Wert auf gute Arbeitsbedingungen und eine freie Hand, tyrannisiert der Chef zu viel, geben sie ihren Beruf lieber auf. Damit aber alles reibungslos gelingt, brauchen sie die richtige Motivation und jemanden, der alles organisiert.

#### Folge 6.14 „Hausverbot“

Zum Inhalt:

Die Mitglieder der „Yale Daily News“ haben Paris als Chefredakteurin abgewählt, sie tritt aber nach Zureden von Rory selbst zurück. Daraufhin versuchen sie, einen neuen Chefredakteur zu bestimmen – es gibt zwar drei Kandidaten, aber auch nach mehreren Abstimmungen noch keine Einigung. Schließlich schlägt einer Rory vor, die anderen sind begeistert und nach kurzem Zögern nimmt sie die Wahl an. Paris ist sauer, fühlt sich hintergangen und wirft Rory aus der gemeinsamen Wohnung...

Das Wichtigste:

Neid und Missgunst gibt es im Journalismus wie in jedem anderen Beruf auch. Steigt einer in der Karriereleiter nach oben, kann es immer passieren, dass sich ein anderer dadurch auf den Schlipps getreten fühlt.

## Folge 7.06 „Essen macht fertig“

Zum Inhalt:

In Yale ist Elternwochenende. Lorelai und Christopher sind beim Brunch und kommen mit anderen Eltern ins Gespräch. Als diese herausfinden, dass sie die Eltern von Rory Gilmore, der Chefredakteurin der College-Zeitung, sind, sind die anderen Eltern plötzlich überaus freundlich, präsentieren eifrig ihr Kind, das auch Journalist werden will, und zeigen sich begeistert von Rory. Eine Mutter bietet Lorelai sogar an, ihr einen Artikel ihres Sohnes zukommen zu lassen. Etwas später sind Rory und ihr Team dabei, das Layout der nächsten Ausgabe der „Yale Daily News“ fertigzustellen, als ihre Eltern in die Redaktion kommen und ihr Vater überraschend alle zum Essen einlädt. Während des Essens läuten plötzlich sämtliche Handys – ein überraschender Studentenprotest findet statt und zwingt alle zum Aufbrechen und Arbeiten. Die Redakteure sind zum Teil leicht betrunken und nur wenig motiviert, nur Rory managt alles und treibt sie an...

Das Wichtigste:

In dieser Folge gibt es zwei Erkenntnisse. „Vitamin B“ ist ein wichtiger Faktor im Journalismus, wenn man jemanden kennt, ist alles leichter. Das erkennt man daran, wie die anderen Eltern sich an Lorelai und Christopher anbieten und so einen Vorteil für ihr Kind erhoffen. Die zweite Schlussfolgerung aus dieser Folge ist, dass Nachrichten und besondere Ereignisse sich nicht vorausplanen lassen – egal ob beim Essen oder in der Nacht, in der Freizeit oder beim Lernen – wenn außergewöhnliche Dinge passieren, müssen Journalisten rasch reagieren und sich an die Arbeit machen, ob ihnen der Zeitpunkt passt oder nicht. Es ist also ein sehr spontaner Beruf, bei dem man sich schnell auf neue Situationen einstellen muss.

## 7.07 „Stadt der Liebe“

Zum Inhalt:

Die „Yale Daily News“ bekommt einen neuen Chefredakteur: Die Redaktionsstatuten schreiben nach einer gewissen Zeit einen Wechsel an der Redaktionsspitze vor, also muss Rory zurücktreten und Platz für einen Nachfolger machen. Dessen Einstand und ihr Abschied werden gefeiert, Rory wird mit Geschenken und Komplimenten überhäuft, bleibt aber am Schluss nachdenklich alleine in der Redaktion zurück. Bei einem Gespräch mit Paris und ihre Zukunftspläne, legt ihr diese verschiedene Antidepressiva nahe, weil diese aus eigener Erfahrung weiß, dass der Verlust dieses Postens hart ist, was Rory aber abstrei-

tet. Schließlich fährt sie mit zwei Freundinnen übers Wochenende nach Hause – und bricht dort irgendwann weinend zusammen, völlig verunsichert und ohne Plan für die Zukunft...

Das Wichtigste:

Zukunftsängste sind normal und können jeden treffen. Auch erfolgreiche Leute, die sonst immer einen Plan haben und wissen, was sie wollen, stehen manchmal an Wendepunkten in ihrem Leben, wo sie nicht mehr weiter wissen. Im Journalismus ist es gerade für junge Menschen und Anfänger schwer, weil sie noch nicht die Erfahrung haben und nicht wissen, ob sie lieber eine weitere Ausbildung beginnen oder sich lieber einfach bei Medien bewerben sollen.

#### Folge 7.16 „Schiff Ahoi“

Zum Inhalt:

Rory hat durch einen Bekannten Kontakt zum Chefredakteur der „New York Times“ hergestellt und mit ihm ein Treffen in einem Cafe vereinbart. Sie ist sehr nervös und aufgeregt, das Treffen läuft jedoch hervorragend. Also hofft sie auf ein Stipendium, das die „New York Times“ jährlich an vier Bewerber vergibt.

Das Wichtigste:

„Vitamin B“ ist wesentlich um im Journalismus weiterzukommen und Kontakte herzustellen. Über Bekannte lernt man andere kennen und kann so sein Netzwerk erweitern, Leute kennenlernen und Chancen nützen.

#### Folge 7.22 „Die letzte Klappe“

Zum Inhalt:

Rory trifft zufällig die CNN-Korrespondentin Christiane Amanpour und sagt ihr, wie sehr sie sie immer schon bewundert hat. Christiane Amanpour gibt ihr einen Ratschlag und ihre Visitenkarte, damit sie sich mal melden kann. Rory arbeitet unterdessen fleißig an ihren Bewerbungen, 74 hat sie bisher abgeschickt. Sie trifft sich mit dem Betreiber eines Online-Magazins, für das sie auch schon Artikel geschrieben hat. Einer seiner Reporter ist überraschend ausgefallen und daher bietet er ihr einen Job an: Sie soll für das Magazin Barack Obama, den demokratischen Präsidentschaftskandidaten, auf seiner Wahlkampftour durch das Land begleiten. Sie sagt begeistert zu, hat aber Angst vor der Zukunft, weil plötzlich alles so schell geht...

Das Wichtigste:

Wesentlich ist, was Christiane Amanpour Rory mit auf den Weg gibt: Im Journalismus ist es am wichtigsten, einfach irgendwo zu beginnen, denn wenn man Talent hat und sich beweist, wird man seinen Weg schon machen und alles andere wird sich ergeben. Und es wird gezeigt, dass Zukunftsängste und Selbstzweifel vor so großen Schritten normal sind, auch wenn man bisher fast nur Erfolg hatte, machen solche Wendepunkte immer Angst.

#### **4.4.2 „Der Journalist“ in den „Gilmore Girls“**

Zuerst werden die konkreten Fragen des Fragebogens gesammelt beantwortet, danach werden diese und die oben genannten Erkenntnisse zu einem Gesamtbild zusammengefasst.

##### Allgemeine Fragen:

- Bei was für einem Medium arbeitet die Journalistin?  
Sie arbeitet bei der College-Zeitung „Yale Daily News“, bei der „Stamford Eagle-Gazette“ sowie einem Online-Magazin.
- In was für einem Bereich ist sie tätig? (Ressort)  
Einmal im Ressort Reportagen, ein anderes Mal wird erwähnt, dass sie für den Feuilleton schreibt. In den meisten Folgen kommt das jedoch nicht so klar heraus, da selten die Themen ihrer Artikel in den Folgen erwähnt werden. Am Ende der Serie schreibt sie über Politik.
- In was für einem Dienstverhältnis steht sie?  
Bei der „Yale Daily News“ arbeitet sie sich von einem Testmitglied bis zur Chefredakteurin hoch. Bei der „Stamford Eagle-Gazette“ ist sie zuerst Praktikantin, später dürfte sie dort vorübergehend eine Stelle als Freie Mitarbeiterin bekommen. Für das Online-Magazin schreibt sie zunächst hin und wieder Artikel, am Ende bekommt sie dort einen fixen Job.

##### Zum Journalismus allgemein:

- Wie gründlich bzw. aufwendig wird recherchiert?  
Rory forscht sehr genau nach, recherchiert gründlich und hat immer haufenweise Notizen – so hat sie beispielsweise für einen Artikel drei große Stapel mit Recherchematerial und bezeichnet sich selbst als „Notizen-Freak“.
- Wer sind ihre Quellen?

Ihre Quellen sind natürlich davon abhängig, über was sie schreibt. Darunter: Datenbanken, Internet, Interviews, alte Zeitungen, Informanten,...

- Wie kommt sie zu ihren Geschichten? (Hinweise von Informanten, Aussendungen, eigene Ideen, etc.)

Auch das ist verschieden: Mal bekommt sie Aufträge aus der Redaktion, mal schreibt sie über eigene Ideen bzw. Entdeckungen, mal erhält sie Hinweise von anderen.

- Welche Art von Geschichten schreibt sie? (Reportagen, Kritiken, etc.)

Sie schreibt über verschiedene Themen und auch verschiedene Arten von Artikeln, Kritiken und Reportagen, etwa über eine geheime Studentenverbindung, über politisch-wirtschaftliche Dinge wie befristete Dienstverhältnisse an der Universität, etc.

- Wie sieht der Tagesablauf aus? (Termine, Außenrecherchen, etc.)

Die meiste Zeit verbringt sie in der Redaktion, hier wird auch recherchiert und gearbeitet, wenn es sein muss bis in die Nacht. Daneben hat sie noch Termine außerhalb (Abendtermine, Interviews, wenn irgendwo etwas passiert...)

- Wie verstehen sich die Mitarbeiter mit ihrem Vorgesetzten? Wie wird dieser dargestellt?

Es wird deutlich, dass dies sehr stark vom Vorgesetzten abhängig ist. Doyle, er ist Chefredakteur als Rory bei der College-Zeitung beginnt, ist sehr launisch und kritisch, lässt seine Wut oft an den Mitarbeitern aus und ist eifersüchtig, wenn sie erfolgreicher sind als er, gleichzeitig lobt er sie aber auch und gibt Ratschläge.

Unter Paris als Chefredakteurin ist das Verhältnis zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern furchtbar, weil sie versucht, allen ihren Willen aufzuzwingen und sie tyrannisiert. Die Mitarbeiter sind ihr gegenüber daher feindselig gestimmt und wollen sich das nicht länger gefallen lassen, was schlussendlich zu einem offenen Aufstand führt, an dessen Ende Paris abgewählt wird.

Mit Rory als Chefredakteurin ist das Verhältnis zwar gut, die Mitarbeiter achten und respektieren sie, der Kontakt ist aber auf die Arbeit beschränkt, privat ist sie mit niemandem befreundet.

- Stehen die Kollegen in Konkurrenz zueinander?

Das ist unterschiedlich und kommt sehr stark auf die betreffenden Personen an, mal sind die Leute mehr, mal weniger in Konkurrenz. So ist Paris etwa immer darauf bedacht die Beste zu sein und von den anderen anerkannt zu werden, für sie ist die Hauptsache, dass es ihr gut geht. Rory ist sehr hilfsbereit und freut sich auch über

die Erfolge anderer, etwa als der Artikel eines Kollegen in der „New York Times“ abgedruckt wird. Allgemein gesehen ist es sehr situationsabhängig ob Konkurrenz besteht oder nicht, prinzipiell wirkt das Arbeitsklima eher gut und nicht angespannt, auch wenn teils heftig und emotional debattiert wird, wirkt es doch nie unterschwellig böse. Wenn es darauf ankommt, halten die Mitarbeiter zusammen, wie etwa gegen Paris als Chefredakteurin.

- Wie werden die Kollegen dargestellt?

Gestresst, ehrgeizig, eigensinnig, egozentrisch bis egoistisch, selbstbewusst, engagiert. Sie lieben ihre Arbeit, wollen aber selbstständig arbeiten können und sich nicht unterdrücken lassen. Sie brauchen ihren Freiraum beim Arbeiten – wird ihnen das zugestanden, sind sie auch motiviert.

#### Zur Person selbst:

- Wie wird sie dargestellt?

Prinzipiell kann man Rory als sehr ehrgeizig, vernünftig, verantwortungsbewusst, moralisch, fleißig, hilfsbereit, zuverlässig, begeisterungsfähig/enthusiastisch, hoch motiviert und diplomatisch beschreiben. Sie hat ein großes Organisationstalent, plant sehr genau und bewahrt immer den Überblick. Anfangs ist sie noch unsicher und durch Kritik leicht zu verunsichern. Nachdem sie einen großen Rückschlag verkraftet hat, setzt bei ihr ein Wandel ein: Sie entwickelt sich zu einer hartnäckigen, entschlossenen, selbstbewussten, überzeugenden und krisensicheren jungen Frau. Zukunftsängste, Unsicherheiten und Selbstzweifel gehören aber auch bei ihr vor großen Wendepunkten dazu.

- Was für einen Stellenwert hat Recherche für sie?

Recherche ist enorm wichtig für sie, sie recherchiert für einen Artikel oder auch um sich auf einzelne Ereignisse wie ihren ersten Praktikumstag vorzubereiten ungewöhnlich und unverhältnismäßig viel und will immer gut vorbereitet sein.

- Wie geht sie mit Kritik um?

Kritik ist etwas, mit dem Rory erst umgehen lernen muss. Sie lässt sich leicht verunsichern, fühlt sich schnell unbegabt und glaubt, dass sie eine schlechte Journalistin ist. Sie versucht zwar manchmal, sich zu rechtfertigen, bringen tut das aber meist wenig. Auch als der Herausgeber der Zeitung, bei der sie ein Praktikum macht, ihr sagt, sie habe kein journalistisches Talent, trifft sie das wie ein Schlag ins Gesicht. Sie ist verwirrt und verunsichert, völlig am Boden zerstört, hinterfragt

sein Urteil keine Sekunde und erholt sich erst Monate später wieder von diesem Schock.

- Wie sehen ihre ethischen Vorstellungen aus?

Prinzipiell ist Rory sehr moralisch, Notlügen sind zwar erlaubt, allerdings hat sie deswegen ein so schlechtes Gewissen, dass sie ihre Lüge umgehend wieder aufklärt. Wenn sie etwas will, ist sie sehr hartnäckig, aber ohne die Grenzen des Erlaubten zu überschreiten. Hinterhältig ist sie nicht – sie hält zwar von Paris als Chefredakteurin genauso wenig wie ihre Kollegen, möchte sie aber nicht stürzen, sondern das Problem lieber so lösen, dass beide Seiten damit gut leben können.

- Wie und warum ist sie zum Journalismus gekommen?

Journalismus war immer schon ihr Ziel, die CNN-Korrespondentin Christiane Amanpour ihr großes Vorbild, das sie in der letzten Folge auch kennenlernt. Ihr Traum ist es, einmal bei einer großen Tageszeitung – am liebsten bei der „New York Times“ – zu arbeiten.

- Wie steht ihr Umfeld zu ihrem Beruf?

Die Menschen in Rorys Umfeld sind ihrem Traumberuf gegenüber positiv eingestellt, sie sind stolz auf sie unterstützen sie. Das betrifft sowohl ihre Großeltern, ihre Eltern als auch ihre Freunde.

„Der Journalist“, der in den „Gilmore Girls“ dargestellt wird, ist ehrgeizig, fleißig, selbstbewusst und entschlossen, manchmal ein wenig egozentrisch. Er liebt seine Arbeit, braucht allerdings die passenden Bedingungen und will sich nicht bevormunden lassen, sonst gibt er seinen Job lieber auf. Das Verhältnis zu den Kollegen ist wechselhaft – mal versteht man sich besser, mal schlechter. Prinzipiell ist das Konkurrenzdenken zwar vorhanden, aber beschränkt und personenabhängig, Streitigkeiten sind zwar ein Teil der Arbeit und gehören zum Alltag, jedoch geht es dabei um thematische Differenzen und nicht um persönliche Befindlichkeiten. Neid und Missgunst können aber natürlich dennoch wie in jedem anderen Lebensbereich vorkommen. Auch das Verhältnis zum Vorgesetzten ist wechselhaft und im Wesentlichen von den handelnden Personen abhängig. Um als Journalist anerkannt und bei Kollegen akzeptiert zu werden, muss man aber erst gewisse Hürden überwinden, seine Qualitäten zeigen und sich in das Team einfügen.

Journalisten kommen auf verschiedene Arten zu ihren Geschichten – mal werden sie ihnen aufgetragen, mal müssen sie eigene Ideen liefern. Das kann vor allem für junge Menschen schwierig sein, weil es viele Geschichten schon gab und neue Perspektiven und Ansätze zu

finden oft nicht leicht ist. Was für eine Art von Artikeln geschrieben wird, ist sehr offen und bunt gemischt. Der effektivste Weg um gute Geschichten zu finden ist es, mit Neugier und offenen Augen durch die Welt zu gehen und so interessante Dinge zu sehen.

Der normale Tagesablauf ist, die meiste Zeit in der Redaktion zu arbeiten und außerhalb Termine zu haben. Man sollte sich aber darauf einstellen, dass die besten Geschichten plötzlich passieren und einen unvorbereitet treffen. Journalismus ist spontan und lässt sich schlecht planen, man muss sich schnell auf neue Situationen einstellen.

Recherche ist das wesentliche Element im Journalismus, ohne sie ist man in diesem Beruf nichts. Sie erfolgt auf allen möglichen Wegen (Internet, Interviews, Datenbanken,...), aber ohne die Grenzen des Erlaubten zu überschreiten.

Kritik zu üben und zu erhalten sind Kernelemente im Journalismus. Man muss damit umgehen lernen und sie ertragen, sich gegebenenfalls wehren können. Auf jeden Fall sollte man sich nicht sofort verunsichern lassen, sondern die Kritik und ihre Hintergründe erst hinterfragen.

Jobsuche ist im Journalismus nicht einfach, vieles funktioniert über „Vitamin B“, Kontakte und Netzwerke. Ansonsten helfen Hartnäckigkeit, Entschlossenheit und Selbstbewusstsein, auf jeden Fall sollte man sich nicht unterkriegen lassen, auch wenn man im Beruf früh auf sich allein gestellt und dadurch unsicher ist. Wichtig ist auch, dass man einfach anfängt zu arbeiten, egal wo. Wer das Talent zu mehr hat, wird seinen Weg dann schon machen. Auch Zukunftsängste sind bei Einsteigern normal, müssen aber überwunden werden.

Von seiner Umgebung wird der Journalist unterstützt, der Beruf akzeptiert und geachtet. Der Beruf ist entweder ein großer Traum oder hat sich zufällig ergeben.

## **4.5 „Smallville“ – Die Analyse**

Auch hier werden wie im vorherigen Kapitel zunächst Einzelergebnisse kurz dargestellt und dann das Gesamtergebnis der Analyse von „Smallville“ präsentiert.

### **4.5.1 Die Einzelergebnisse**

#### Folge 5.05 „Schwarze Schwestern“

Zum Inhalt:

Chloe hat gerade ihr Studium begonnen und bewirbt sich bei der Tageszeitung „Daily Planet“ um ein Praktikum. Die Chefredakteurin will ihr die Stelle zwar nicht geben, willigt

aber ein, ihr eine Chance zu geben, sofern Chloe ihr eine Story liefert. Diese liegt sogar direkt vor ihrer Nase: Eine Schwesternschaft auf der Uni, der ihre beste Freundin beitrifft, entpuppt sich als mehr als merkwürdig. Sie deckt alles auf und schreibt darüber. Die Geschichte wird zwar nie abgedruckt, dafür hat sie die Chefredakteurin aber überzeugt, nicht talentlos zu sein und bekommt die Chance, ganz klein bei der Zeitung anzufangen...

Das Wichtigste:

Einen Job im Journalismus zu finden ist nicht leicht, vor allem wenn man am Beginn seiner Karriere steht. Oft muss man sich erst beweisen, Hürden überwinden und zeigen, dass man Talent hat. Gute Geschichten zu finden geht am besten, wenn man die Welt um sich herum mit offenen Augen betrachtet und ungewöhnlichen Dingen auf den Grund geht.

#### Folge 5.13 „Nichts mehr wie es war“

Zum Inhalt:

Clarks Mutter wird von zwei Räufern überfallen, eine plötzlich auftauchende Frau in einem Superhelden-Outfit rettet sie jedoch. Die Frau wird als schwarze Rächerin oder Racheengel bezeichnet und soll sich schon länger in einem Viertel von Metropolis herumtreiben. Clark bittet Chloe um Hilfe bei der Suche nach ihr, worauf Chloe sofort begeistert eingeht. Sie sieht eine Titelstory vor sich und greift auch zu ungewöhnlichen Recherchemethoden um an ihr Ziel zu kommen...

Das Wichtigste:

Recherche ist wichtig im Journalismus und Journalisten sind geübt darin. Sie haben genügend Erfahrungen, Mittel und Wege sowie Kontakte um zu ihren Informationen zu kommen und schrecken auch nicht davor zurück, riskante oder illegale Methoden dafür zu benutzen, vor allem wenn sie eine heiße Story wittern – egal woher sie die Erstinformationen haben.

#### Folge 5.20 „Dankbarkeitsmord“

Zum Inhalt:

Chloe ist mit Clark auf dem Weg zu einem Gerichtsprozess, bei dem es um einen Mord geht. Dieser fällt jedoch überraschend aus und Chloe erzählt Clark etwas später ganz aufgeregt, dass der Hauptzeuge im Gerichtsgebäude umgebracht wurde und die Verhandlung deswegen ganz ausfallen wird. In der Zwischenzeit bekommt Clark von einem Unbekannten etwas geschenkt und kann nicht herausfinden, wer sich hinter dem Geschenk versteckt. Er bittet Chloe darum, mal in der Datenbank des Unternehmens, von dem das

Präsent stammt, nachzuforschen. Am Ende wird der Mörder gestellt und Chloe hat ihre erste Story auf der Titelseite...

Das Wichtigste:

Reporter arbeiten eng mit Behörden wie Polizei oder FBI zusammen und beziehen von diesen viele Informationen. Je rätselhafter eine Geschichte ist, desto mehr Neugier und Recherche ruft sie hervor. Auch nicht ganz legale Recherchemethoden werden verwendet – wenn es sein muss auch privat, um einem Freund einen Gefallen zu tun.

#### Folge 6.02 „Luftwaffe“

Zum Inhalt:

Chloe erfährt, dass Clark durch ein einfaches Niesen ein Scheunentor aus seinen Angeln gerissen und meilenweit weggeschleudert hat – dabei hätte er fast Lois erschlagen. Diese möchte nun dem Phänomen auf den Grund gehen und fährt mit Chloe zu der Stelle. Diese versucht, Lois eine Lügengeschichte als Erklärung anzubieten und auch als Lois mit einem Artikel darüber in die Redaktion kommt und diesen dem Chefredakteur vorlegen will, wimmelt Chloe sie ab: Der Text sei zu lang, zu uninteressant und die Rechtschreibung zu schlecht. Lois ärgert sich und glaubt, dass Chloe neidisch ist und geht wieder. Dann kommt Clark in die Redaktion und bittet Chloe um Hilfe. Er sucht einen entführten Bekannten und hat einen Namen, braucht aber eine Adresse. Chloe sucht sie heraus und gemeinsam fahren sie zu dieser Adresse und durchsuchen das Büro...

Das Wichtigste:

Journalisten schrecken vor Nichts zurück, wenn es darum geht, die Wahrheit zu erfahren. Auch Methoden, welche die Grenze des Erlaubten überschreiten, werden ohne Bedenken angewendet, wenn es sein muss. Die beruflichen Vorteile und Möglichkeiten werden auch für Privatzwecke genutzt, die eigenen Freunde von dem Wahrheits- und Aufdeckungsdrang verschont.

#### Folge 6.06 „Raya vom Krypton“

Zum Inhalt:

Chloes Freund Jimmy ist Fotograf und arbeitet auch beim „Daily Planet“. Er hat nachts ein Auto von Lex Luthor verfolgt, Fotos von einem ominösen Treffen gemacht und wittert nun eine Pulitzer-Preis-verdächtige Story. Chloe sieht dafür aber keinen Grund, weil er nur etwas vermutet und keine Beweise hat und belehrt ihn, dass er Fakten und Beweise braucht. Jimmy trifft sich mit Lex in dessen Büro und lässt dabei einen Plan mitgehen. Chloe

erkennt gleich, dass es sich dabei um eine gefährliche Maschine handelt und berichtet Clark davon, erzählt Jimmy aber nichts von ihrem Wissen. Dieser stellt seine Idee zu der Geschichte den Leitenden Redakteuren vor, die aber alles andere als begeistert sind...

Das Wichtigste:

Auch wenn für die Recherche hier und da grenznahe oder illegale Methoden angewendet werden, ist es doch wichtig, die Wahrheit in Form von Fakten und Beweisen herauszufinden, ohne diese ist eine Story nichts wert. Privates und Berufliches werden oft vermischt – Chloe ist mit einem Kollegen zusammen und nützt die Informationen, die sie durch die Arbeit bekommt um ihrem besten Freund zu helfen und diesen zu schützen.

#### Folge 6.08 „Frequenzwechsel“

Zum Inhalt:

Lana bittet Chloe um Hilfe, denn Lex ist verschwunden. Gemeinsam recherchieren sie und suchen nach ihm, auch Jimmy beteiligt sich an der Suche. Sie entdecken, dass Lex auf einer anderen Frequenz gefangen ist und versuchen, ihn wieder zurückzuholen...

Das Wichtigste:

Privatleben und Arbeit werden nicht wirklich getrennt. Informationen werden schon mal an Außenstehende weitergegeben und Arbeitszeit für private Recherchen verwendet, die aber auch für die Arbeit herangezogen werden können. Was Arbeit und was privat ist, ist nicht immer klar erkenntlich und vermutlich den Handelnden selbst auch nicht immer bewusst.

#### Folge 6.10 „Mit allen Wassern gewaschen“

Zum Inhalt:

Die Klatschreporterin des „Daily Planet“ hat eine neue Titelstory über einen Sportler, der angeblich gedopt haben soll. Dieser wird kurze Zeit später tot aufgefunden. Doch auch weitere Themen finden sich in ihrer Kolumne, darunter der Heiratsantrag den Lex Luthor Lana gemacht hat und das Gespräch von Chloe und Lana darüber. Lana und Chloe wollen der Reporterin auf die Schliche kommen und schnüffeln in deren Büro herum, wo Chloe eine neue, noch viel verhängnisvollere Kolumne findet: eine Enthüllungstory über Clark. Die Klatschkolumnistin erwischt Chloe dabei und es kommt zu einer Auseinandersetzung samt Handgreiflichkeiten bis die beiden auf der Straße landen und die Klatschreporterin von einem Auto überfahren wird...

Das Wichtigste:

Unter Journalisten gibt es sehr unterschiedliche Auffassungen darüber, was richtig ist und was nicht. Vor allem die jüngeren Kollegen haben hohe Moralvorstellungen bei ihrer Berichterstattung, berufen sich auf Wahrheiten und Fakten, schützen die Guten und Unschuldigen und versuchen, das Richtige zu tun. Andere sind dagegen sehr skrupellos, berichten aufgrund von Gerüchten und kümmern sich nicht darum, wenn sie damit andere Leben zerstören. Zwischen diesen beiden Gruppen herrscht vielleicht nicht Konkurrenz, aber ein grundlegende Abneigung. Die Skrupellosen schauen auf die anderen herab und belächeln sie für ihre „Blödheit“, umgekehrt verachten die Moralischen ihre Gegner und empfinden tiefste Abscheu ihnen gegenüber.

#### **4.5.2 „Der Journalist“ in „Smallville“**

Hier wird zunächst mittels aller beantworteter Analyse-Fragebögen ein gesamtes Fragebogenergebnis erstellt. Anschließend werden diese Ergebnisse und die Schlüsse, die aus jeder Folge gezogen wurden, in einem Journalismus-Bild zusammengefasst.

##### Allgemeine Fragen:

- Bei was für einem Medium arbeitet die Journalistin?  
Beim „Daily Planet“, einer Tageszeitung in Metropolis.
- In was für einem Bereich ist sie tätig? (Ressort)  
Das kommt eigentlich so klar nicht heraus. Da sie sich aber mit Kriminalität und Gerichtsprozessen beschäftigt hat, könnte man auf die Chronik tippen – sofern das im amerikanischen Raum so zuteilbar ist.
- In was für einem Dienstverhältnis steht sie?  
Ursprünglich bewirbt sie sich für ein Praktikum, nachdem sie bewiesen hat, dass sie Talent hat, bekommt sie dort eine fixe Stelle – ob als Freie Mitarbeiterin oder Angestellte, wird nicht erwähnt.

##### Zum Journalismus allgemein:

- Wie gründlich bzw. aufwendig wird recherchiert?  
Chloe recherchiert prinzipiell sehr gründlich und mit vollem Einsatz. Dabei verwendet sie auch teilweise ungewöhnliche Methoden, wie zum Beispiel dass sie sich

als Opfer eines Überfalls ausgibt, um etwas über den mysteriösen Racheengel herauszufinden. Auch unlautere Recherchemethoden werden von ihr angewendet.

- Wer sind ihre Quellen?

Sie recherchiert im Internet und in verschiedenen Datenbanken. Zusätzlich sind ihre Quellen natürlich die Behörden wie etwa Polizei oder FBI. Ungewöhnliche Geschichten liefern ihr außerdem auch ihre Bekannten.

- Wie kommt sie zu ihren Geschichten? (Hinweise von Informanten, Aussendungen, eigene Ideen, etc.)

Da selten erwähnt wird, worüber genau sie schreibt, ist das sehr schwer zu sagen. Man bekommt den Eindruck, dass sie oft durch ungewöhnliche Erlebnisse oder Beobachtungen auf Ideen gebracht wird. Tatsächlich dürfte es natürlich aber auch so sein, dass sie Themen für Artikel von der Redaktion vorgegeben bekommt, wie etwa den bereits erwähnten Gerichtsprozess.

- Welche Art von Geschichten schreibt sie? (Reportagen, Kritiken, etc.)

Ihre Artikel dürften thematisch bei Kriminalität bzw. Polizei einzuordnen sein. Die Art der Artikel geht in Richtung Enthüllungs- oder Aufdeckerstorys bzw. in Richtung investigativer Journalismus.

- Wie sieht der Tagesablauf aus? (Termine, Außenrecherchen, etc.)

Meist sieht man Chloe in der Redaktion arbeiten, hin und wieder ist sie auch unterwegs bei Terminen. In der Redaktion herrscht tagsüber meist reger Betrieb, viele Menschen laufen herum und arbeiten. Abends ist die Redaktion eher leer, oft sieht es so aus, als wäre Chloe die Einzige, die noch da ist.

- Wie verstehen sich die Mitarbeiter mit ihrem Vorgesetzten? Wie wird dieser dargestellt?

Das Verhältnis zur Chefredakteurin oder irgendeinem anderen Vorgesetzten ist nur in einer Folge Thema – nämlich dann, als sich Chloe um das Praktikum bewirbt. Da wirkt die Chefredakteurin sehr bestimmt und herrisch, sie sieht auf ihre Mitarbeiter herab, die sich auch offensichtlich ein wenig vor ihr fürchten dürften. Chloe wird von ihr zunächst sehr herablassend und spöttisch behandelt, als sie aber einen Talentbeweis abliefert, ist die Chefin so fair, ihr eine Chance zu geben.

- Stehen die Kollegen in Konkurrenz zueinander?

Das Verhältnis zu ihren Kollegen ist kaum ein Thema. Mit einem Fotografen, der auch für den „Daily Planet“ arbeitet, ist Chloe liiert, also sicher nicht in Konkurrenz, abgesehen von ihrem Verhältnis schon allein wegen der unterschiedlichen

Aufgaben. Mit einer älteren und erfahrenen Reporterin verbindet sie zwar keine Konkurrenz, aber eine gesunde Abneigung: Diese behandelt Chloe wie ihre Assistentin, obwohl sie das nicht ist, und nimmt sie wegen ihres Alters und der fehlenden Erfahrung nicht ernst. Mit Lois, die bei einer anderen Zeitung als Journalistin anfängt, verbindet sie keine Konkurrenz, allerdings muss man dazu sagen, dass es sich dabei um ihre Kusine handelt.

- Wie werden die Kollegen dargestellt?

Eine allgemeine Darstellung gibt es aus oben genannten Gründen nicht wirklich. Aus den gemachten Erfahrungen könnte man schließen, dass die älteren Kollegen herablassend, eingebildet und ein wenig zu selbstbewusst sind, die Jüngeren sehr begeistert und engagiert, vielleicht ein wenig naiv und übermütig. Aufgrund des mangelnden Auftretens anderer Kollegen wäre dieser Schluss jedoch nicht sehr zuverlässig und treffend.

#### Zur Person selbst:

- Wie wird sie dargestellt?

Chloe ist selbstbewusst und engagiert, man sieht, dass sie ihren Beruf liebt und mit Leib und Seele Reporterin ist. Sie ist realistisch, pflichtbewusst, vernünftig, intelligent und hinterfragt Ereignisse kritisch, manchmal ist sie ein wenig zu besserwisserisch. Wenn sie angegriffen wird, zögert sie keine Sekunde sich zu wehren. Bei ihrer Arbeit und ihren Recherchen ist sie risikofreudig, mutig und scheut auch nicht davor zurück, Methoden zu verwenden, die nicht ganz legal sind. Für ihre Freunde tut Chloe alles und gibt sich die größte Mühe, sie zu beschützen und ihnen wenn möglich zu helfen.

- Was für einen Stellenwert hat Recherche für sie?

Recherche genießt bei ihr einen hohen Stellenwert, denn sie ist der Meinung, dass man für eine Geschichte vor allem eines braucht: Fakten und Beweise.

- Wie geht sie mit Kritik um?

Wenn Kritik geübt wurde, dann meistens nicht an ihr als Journalistin, sondern an ihr selbst. So oder so war ihr Verhalten aber im Normalfall so, dass sie sich sofort zur Wehr gesetzt hat und die Kritik so in den meisten Fällen auch entkräften konnte.

- Wie sehen ihre ethischen Vorstellungen aus?

Wertvorstellungen hat sie zwar und sie dürfte auch wissen, was richtig und falsch ist – so sieht sie es zum Beispiel als Muss bei der Berichterstattung Fakten und Beweise vorzulegen und würde nie im Leben rein auf der Basis von Gerüchten Artikel schreiben wollen. Ihre moralischen Grenzen sind aber durchaus dehnbar, so gibt es fast keine Folge, in der sie nicht einen Laptop knackt, illegal in eine Datenbank eindringt oder in fremden Büros schnüffelt.

- Wie und warum ist sie zum Journalismus gekommen?

Als Reporterin beim „Daily Planet“ zu arbeiten war immer schon ihr Traum, davor hat sie bereits für die Schülerzeitung geschrieben, Journalismus dürfte also seit jeher ihr Ziel gewesen sein.

- Wie steht ihr Umfeld zu ihrem Beruf?

Es dürfte weder besonders positiv noch negativ eingestellt sein, hin und wieder kommt eine Gratulation, hin und wieder Kritik.

„Der Journalist“ wie er in „Smallville“ dargestellt wird, ist selbstbewusst, engagiert und liebt seinen Job über alles. Er ist realistisch, pflichtbewusst, vernünftig und kritisch, ist hin und wieder aber vielleicht zu sehr von sich selbst überzeugt. Er ist risikofreudig und mutig und schreckt vor nichts zurück, wenn es darum geht, die Wahrheit zu erfahren. Seine Freunde profitieren von seinem Wissen und seinen Fähigkeiten. Das Verhältnis zum Vorgesetzten ist eher distanziert, der Chef jagt ein wenig Angst ein, prinzipiell hat man aber nicht viel mit ihm oder anderen Kollegen zu tun. Wie man sich mit diesen versteht, ist sehr von den handelnden Personen abhängig, ältere Kollegen tendieren aber dazu, herablassend zu sein und die Neuen nicht allzu ernst zu nehmen. Konkurrenzdenken ist zwar vorhanden, viel eher aber scheiden sich die Geister unter den Journalisten an der prinzipiellen Haltung, ob man schon aufgrund von Gerüchten und Vermutungen oder erst mit Fakten und Beweisen berichten darf.

Ideen für ihre Artikel laufen den Journalisten oft einfach so über den Weg bzw. sie ergeben sich durch die Erlebnisse der Person und ihren Bekannten. Natürlich gibt es aber auch Artikel, die geschrieben werden, weil jemand in der Redaktion einem das aufgetragen hat. Recherche ist wichtig und durch ihre Arbeit haben Journalisten viele Kontakte und Möglichkeiten, um an Informationen zu gelangen. So beziehen sie häufig Informationen von Behörden wie der Polizei. Um die Wahrheit über etwas herauszufinden, werden auch ungewöhnliche Recherchemethoden eingesetzt und solche, welche die Grenzen des Legalen überschreiten, wie etwa das Schnüffeln in fremden Büros oder das Hacken

fremder Computer und Datenbanken. Solche Artikel fallen meist in den Bereich des investigativen Journalismus und sind „Enthüllungsberichte“.

Journalisten verbringen den Tag meist in der Redaktion und verlassen das Gebäude für Recherchen oder Termine. In der Redaktion herrscht tagsüber immer hektischer Betrieb und viele Leute sind anwesend.

Privates und Berufliches zu trennen fällt Journalisten nicht gerade leicht. So werden Informationen oft an Außenstehende weitergegeben oder Sachen, die man von Freunden hört, für Artikel verwendet. Ihr Wissen und ihre Möglichkeiten setzen Journalisten auch dafür ein, ihren Bekannten zu helfen, wobei nicht immer klar ist, wann es um Berufliches und wann um Privates geht – auch die handelnden Personen sind beruflich und privat miteinander verstrickt, eine Trennung fällt daher schwer. Dabei werden dem Journalisten nahestehende Personen oft geschützt oder von den Enthüllungsberichten verschont.

Eine Stelle im Journalismus zu bekommen ist nicht so einfach. Gerade Journalisten, die sich erst am Beginn ihrer Karriere befinden, müssen sich und ihr Talent erst beweisen und werden erst dann von ihren Vorgesetzten ernst genommen und bekommen eine Chance.

## **4.6 „Sabrina – Total verhext!“ – Die Analyse**

Wie bei den beiden anderen Serien wird es auch in diesem Kapitel zunächst eine Darstellung der einzelnen Analyseergebnisse in Form einer kurzen Inhaltsangabe sowie der wesentlichen Mitteilung der jeweiligen Folge geben. Im zweiten Schritt wird daraus wieder das in „Sabrina – Total verhext!“ allgemein dargestellte Journalismusbild beschrieben.

### **4.6.1 Die Einzelergebnisse**

#### Folge 6.05 Radio Chick-Chat

Zum Inhalt:

Sabrina und ihre Freundin Roxy bekommen das Angebot, beim Campus-Radiosender eine eigene Show zu moderieren. Beide sind aufgeregt und nervös, doch Roxy kann das besser überwinden, plaudert einfach darauf los und zeigt Talent als Moderatorin. Nach der Show ist Sabrina enttäuscht und beschließt, sich vor dem nächsten Mal besser vorzubereiten. Doch auch das geht schief. Nach einem dritten Fehlversuch sieht sie ein, dass sie für das Radio wohl doch nicht geschaffen ist...

Das Wichtigste:

Journalismus gibt es in vielerlei Ausführungen für die man verschiedene Talente braucht. Talent zum Schreiben zu haben bedeutet nicht, auch spontan ein guter Redner zu sein. Wer jung ist, weiß noch nicht, wofür er sich wirklich gut eignet. Wichtig ist es daher, sich selbst auszutesten, die Dinge auszuprobieren und es einzusehen, wenn einem etwas nicht liegt.

#### Folge 6.07 „Hex, Lügen und kein Video“

Zum Inhalt:

Sabrinas Freund Josh ist Fotograf bei einer Zeitung und soll einen Volontär finden. Nachdem die Anforderungen auf Sabrina zutreffen, bekommt sie den Job. Sie möchte aber nicht, dass die anderen in der Redaktion wissen, dass sie zusammen sind, weil sie aufgrund ihrer Leistungen beurteilt werden will. Sie wird der besten Reporterin zugeteilt, die bald feststellt, dass Sabrina mehr kann als Kaffee holen und bittet sie um einen privaten Rat – sie möchte wissen ob Josh eine Freundin hat und wer diese ist. Sabrina verstrickt sich in ein Netz aus Lügen, schlussendlich kommt die Reporterin von selbst auf die Wahrheit...

Das Wichtigste:

„Vitamin B“ kann im Journalismus helfen, einen passenden Job zu finden. Dieselben Beziehungen können einem aber auch schaden, weil man den Arbeitskollegen so eventuell in einem anderen Licht erscheint und anders beurteilt wird, als wenn man die Stelle aus eigener Kraft bekommen hätte. Sich in ein Lügennetz zu verstricken um die Beziehung zu vertuschen ist aber auch nicht gut – besser ist es, zur Wahrheit zu stehen und den Kollegen durch die Arbeit zu beweisen, dass man die Stelle verdient hat.

#### Folge 6.11 „Wolke zehn“

Zum Inhalt:

Sabrina ist frustriert, weil sie das Gefühl hat ihre Karriere ist zu Ende noch bevor sie überhaupt begonnen hat. Der Chefredakteur will ihren Artikel nicht lesen, in der Redaktion spielt sie die Putzfrau und ihre Freundinnen sind mit der Radiosendung erfolgreich, mit der sie gefloppt ist. Niedergeschlagen besucht sie eine Freundin und macht mit dieser einen Wellness-Urlaub bei dem sie alle Probleme völlig vergisst. Nach ihrer Rückkehr muss sie allerdings lernen, dass sie sich ihre Selbstbestätigung nicht von außen holen, sondern mit sich selbst ins Reine kommen muss. Ihr Artikel, den der Chefredakteur zuerst nicht lesen wollte, wird nun doch veröffentlicht...

Das Wichtigste:

Junge Journalisten werden anfangs oft nicht ernst genommen. Gerade am Beginn, wenn sie Volontäre oder Praktikanten und neu in dem Beruf sind, müssen sie vieles über sich ergehen lassen (z.B. Kaffee kochen oder Essen wegräumen), bevor sie akzeptiert werden. Nur wenn man diese Phase überstanden hat und beweisen konnte, dass man Talent hat, bekommt man eine Chance und wird von Kollegen und Vorgesetzten anerkannt.

#### Folge 7.01 Auf Jobsuche

Zum Inhalt:

Sabrina ist bald mit dem College fertig und bewirbt sich bei vielen Zeitungen als Reporterin, doch keiner will sie einstellen, weil sie kaum Erfahrung hat. Morgan hat unterdessen bei einem Schreibwettbewerb gewonnen und darf nach New York fliegen um dort eine Band für ein Musik-Magazin zu interviewen. Dann stellt sich aber heraus, dass sie journalistisch gar kein Talent hat und dass sie in Wahrheit Sabrinas Artikel eingeschickt hat. Auch beim Schreiben des Interviews hat sie große Probleme und bittet Sabrina um Hilfe. Diese willigt unter der Bedingung, dass dann auch ihr Name darunter steht, ein. Den Artikel findet die Chefredakteurin zwar ganz gut, einstellen möchte sie Sabrina aber nicht, weil sie ihr zu langweilig ist. In ihrer Verzweiflung platzt Sabrina in eine MTV-Sendung und erzählt von ihrer Jobsuche und den Schwierigkeiten. Das beeindruckt den Herausgeber so sehr, dass er darauf besteht, Sabrina einzustellen...

Das Wichtigste:

Wer in den Journalismus will, darf anfangs nicht wählerisch sein und die Jobs annehmen, die er kriegen kann, auch wenn es sich dabei nicht um den eigentlichen Traumjob handelt. Jede Zeitung erwartet von ihren Mitarbeitern Erfahrung, also ist es nicht leicht, als Anfänger in eine Redaktion zu kommen – besser ist es, die Jobs anzunehmen, die man kriegen kann und sich dann zum Traumjob hochzuarbeiten. Zusätzlich braucht man für die Suche Hartnäckigkeit, Entschlossenheit, Mut, Selbstbewusstsein und eine Portion Frechheit.

#### Folge 7.02 „Interview mit einem Hohlkopf“

Zum Inhalt:

Sabrina soll gleich zu Beginn ihrer Karriere beim „Scorch-Magazine“ ein Interview mit einem Rockstar führen und einen Artikel darüber schreiben. Ihre Erstversion ist der Chefredakteurin Annie aber zu nett, deswegen schreibt sie eine zweite Fassung und ist dabei gnadenlos. Der Artikel geht in Druck, doch der Rockstar ist wenig begeistert und verlangt,

dass Sabrina gekündigt wird. Annie und die Kollegen stellen sich hinter sie und verteidigen sie – bis der Sänger mit einer Klage droht. Also soll Sabrina sich bei einem Konzert gegen ihren Willen öffentlich bei ihm entschuldigen...

Das Wichtigste:

Kritik gehört zum Journalismus, egal ob man sie selbst anbringt oder Kritik erhält. Man darf nicht aus Angst vor Ablehnung zu nett sein, sondern muss die Wahrheit schreiben – allerdings auch mit entsprechenden Reaktionen der Betroffenen rechnen und damit umgehen können. Zuweilen muss man auch die Konsequenzen des eigenen Verhaltens tragen.

#### Folge 7.05 „Die Ladendiebin“

Zum Inhalt:

Sabrina hat es satt, ständig nur Nachrufe zu schreiben und möchte endlich bessere Geschichten haben. Ein Kollege rät ihr, selbst auf die Suche zu gehen. Zufällig sieht sie, wie eine bekannte Schauspielerin in einer Boutique Kleidung stiehlt und schlägt ihrer Chefin dieses Thema vor. Diese verlangt Beweise, weshalb Sabrina beginnt, die Schauspielerin zu verfolgen. Sie freundet sich aber mit ihr an und gesteht ihr die Wahrheit. Daraufhin wird sie von der Prominenten hereingelegt. Auch der zweite Versuch, die Wahrheit herauszufinden, scheitert und die Schauspielerin beschwert sich beim Magazin, weshalb die Vorgesetzten schon sehr verärgert sind. Bei einer Pressekonferenz verpasst Sabrina der Dame einen Wahrheitszauber und diese gesteht die Diebstähle. Sabrina läuft überglücklich in die Redaktion, verpasst dabei aber alle anderen Geständnisse der Frau...

Das Wichtigste:

Für eine gute Geschichte braucht man Beweise, selbst die besten und wahrsten Exklusivgeschichten nützen nichts, wenn man sie nicht beweisen kann. Dies zu tun kann mitunter sehr schwierig sein, aber Journalisten sollten immer eine gewisse Distanz bewahren und sich mit dem Gegenstand ihrer Nachforschungen nicht „verbrüdernd“. Die Rechercheergebnisse müssen immer kritisch hinterfragt und nachgeprüft werden, damit man sicher gehen kann, dass alles stimmt und man den wesentlichen Punkt auch wirklich herausgefunden hat. Das erstbeste Ergebnis sollte man noch nicht gelten lassen.

#### Folge 7.14 „Perfekt!“

Zum Inhalt:

Sabrinas Beurteilung durch die Chefredakteurin steht bevor und sie ist sichtlich nervös. Dann trägt Annie Sabrina auch noch auf, einen Artikel von ihr Korrektur zu lesen. Sabrina

ist aufgeregt und möchte ja alles richtig machen und arbeitet bis spät in die Nacht. Dabei fallen ihr immer wieder Fehler an sich selbst auf und sie ist kurz vorm Verzweifeln. Aus diesem Grund lässt sie sich in eine perfekte Hexe verwandeln. In der Redaktion mischt sie sich dann bei allen in die Arbeit ein, ändert Titeln, schreibt Artikel um und macht das Layout neu – ihre Kollegen und Annie sind deswegen sauer und Sabrina wird gefeuert. Sie muss wieder lernen, dass es zum Leben gehört, Fehler zu machen, und geht dann zurück in die Redaktion, entschuldigt sich und bekommt ihren Job zurück. Allerdings will Annie nicht, dass Sabrina Artikel schreibt, sondern sie soll wieder Korrekturlesen und wird wie eine Aushilfe behandelt. Da platzt ihr der Kragen und sie kündigt selbst...

Das Wichtigste:

Journalisten mögen es nicht, wenn man sich in ihre Arbeit einmischt, sondern sie arbeiten gern selbstständig und auf eigene Verantwortung. Das gilt sowohl für junge, als auch für erfahrene Reporter. Als junger zu viel Kritik an den älteren Kollegen anzubringen, ist nicht gut und man sollte es sich zweimal überlegen – denn trotz allem Engagement und der guten Ideen sitzen diese am längeren Ast und mögen es nicht, wenn junge „Besserwisser“ sie kritisieren. Umgekehrt mögen es aber auch junge Journalisten nicht, wenn man sich zu viel in ihre Arbeit einmischt und sie zu stark bevormundet.

#### **4.6.2 „Der Journalist“ in „Sabrina – Total verhext!“**

Zunächst wird auch hier aus den einzelnen Fragebögen ein gemeinsamer Fragebogen erstellt und anschließend mit Hilfe der Interpretationen und Schlüsse ein Journalistenbild gezeichnet.

Allgemeine Fragen:

- Bei was für einem Medium arbeitet die Journalistin?  
Ganz zu Beginn versucht sie sich beim Campus-Radiosender. Dann absolviert sie ein Volontariat bei einer Zeitung, deren Name nicht genannt wird. Später arbeitet sie dann bei „Scorch“, einem Musik-Magazin.
- In was für einem Bereich ist sie tätig? (Ressort)  
Das kann man so klar nicht feststellen. Beim Volontariat ist sie zunächst einer Reporterin zugeteilt, bei „Scorch“ schreibt sie verschiedene Geschichten, die aber natürlich mit Musik zu tun haben. .
- In was für einem Dienstverhältnis steht sie?

Sie beginnt wie viele Journalisten als Volontär. Nach dem Studium wird sie bei „Scorch“ eingestellt (ob als Freie oder angestellt, ist nicht klar) und nachdem sie dort gekündigt hat, arbeitet sie als Freie Journalistin.

#### Zum Journalismus allgemein:

- Wie gründlich bzw. aufwendig wird recherchiert?  
Sie möchte alles richtig und genau machen, recherchiert daher gründlich und zieht dabei alle möglichen Quellen in Betracht. So hat sie sich zum Korrekturlesen Hilfe geholt und prüft alles genau nach.
- Wer sind ihre Quellen?  
Zu ihren Quellen gehören das Internet, Interviews, Fanclubs, Plattencover, etc.
- Wie kommt sie zu ihren Geschichten? (Hinweise von Informanten, Aussendungen, eigene Ideen, etc.)  
Meistens wird ihr aufgetragen, was sie nachrecherchieren bzw. worüber sie schreiben soll. Hin und wieder schreibt sie auch über Dinge, auf die sie selbst gekommen ist oder zu denen ihr andere geraten haben.
- Welche Art von Geschichten schreibt sie? (Reportagen, Kritiken, etc.)  
Sabrina schreibt über viele verschiedene Dinge, bei „Scorch“ unter anderem über Interviews mit Rockstars, Nachrufe, usw.
- Wie sieht der Tagesablauf aus? (Termine, Außenrecherchen, etc.)  
Meist arbeitet sie in der Redaktion, für Recherchen und Termine aber auch mal außerhalb.
- Wie verstehen sich die Mitarbeiter mit ihrem Vorgesetzten? Wie wird dieser dargestellt?  
Die Chefredakteure sehen auf sie als Volontärin und später dann Anfängerin eher herab. Sie wird oft für Hilfsdienste oder ungeliebte Aufgaben eingespannt und als Journalistin nicht wirklich ernst genommen. Beide Chefredakteure sind sehr selbstbewusst und von sich überzeugt, ihren Mitarbeitern begegnen sie mit einer gehörigen Portion Sarkasmus, sodass sich diese ein wenig vor ihnen fürchten. Zugleich sind sie ein wenig schadenfroh und lassen ihre Launen gern an ihren Mitarbeitern aus, weisen diese regelmäßig in ihre Schranken und sagen ihnen ganz direkt, was sie von ihnen halten, auch wenn das nicht immer etwas Gutes ist.
- Stehen die Kollegen in Konkurrenz zueinander?

Dieser Eindruck entsteht nicht. Ältere und erfahrenere Kollegen geben Sabrina Tipps und Ratschläge und versuchen, ihr zu helfen und sie aufzumuntern. Leichte Schadenfreude und Konkurrenz gibt es natürlich dennoch hin und wieder.

- Wie werden die Kollegen dargestellt?

Die Kollegen sind selbstbewusst und besitzen eine gewisse Coolness. Sie sind hilfsbereit und meistens freundlich. Dennoch geben sie hie und da ein wenig mit ihrer Erfahrung an. Sie mögen es nicht, wenn man sich in ihre Arbeit einmischt und sie ausbessert, sie möchten selbstständig und eigenverantwortlich arbeiten.

#### Zur Person selbst:

- Wie wird sie dargestellt?

Sabrina ist ehrgeizig, motiviert und engagiert, sie tut alles, um einen möglichst guten Eindruck zu machen und ist sehr fleißig, hartnäckig und entschlossen. Sie ist sehr selbstbewusst, idealistisch und steht auch zu ihren Überzeugungen, bei Angriffen setzt sie sich zur Wehr, manchmal ist sie zu besserwisserisch und möchte andere zu sehr von ihren Vorstellungen überzeugen und ist vorlaut. Bei Rückschlägen verzweifelt sie leicht und wird unsicher, niedergeschlagen und deprimiert. Sie tut alles, um sich als gute Journalistin zu beweisen, ist dabei manchmal aber zu engagiert, übertreibt und macht sich durch ihren Übermut selbst Dinge kaputt.

- Was für einen Stellenwert hat Recherche für sie?

Generell einen hohen, wenn man nach ihrem Reden geht. Das Gegenteil – also Artikel ohne fundierte Recherche zu schreiben – wird aber nie thematisiert.

- Wie geht sie mit Kritik um?

Wie sie auf Kritik reagiert, ist verschieden. Mal setzt sie sich entschieden zur Wehr, egal ob es dabei um einen Angriff von ihrer Chefredakteurin oder die Beschwerden eines gekränkten Rockstars geht, mal nimmt sie sich die Kritik zu Herzen und ist niedergeschlagen. Im Endeffekt gewinnt aber ihr Stolz gegenüber dem Bestreben, es ihrer Chefin recht zu machen: Sie kündigt, weil sie sich nicht behandeln lassen will wie eine Aushilfe.

- Wie sehen ihre ethischen Vorstellungen aus?

Sabrina ist stolz und steht zu ihren Überzeugungen, sie versucht das Gute im Menschen zu sehen und glaubt daran – so bittet sie die als Ladendiebin ertappte Schauspielerin mit dem Stehlen aufzuhören, dann würde auch sie auf den Artikel verzichten. Natürlich lügt sie trotzdem hin und wieder, etwa wenn sie bei ihrer Stel-

le als Volontärin so tut, als würde sie ihren Freund Josh, durch den sie zu diesem Job gekommen ist, nicht kennen. Recherchemethoden, welche die Grenzen des Erlaubten überschreiten, verwendet sie abgesehen von der kurzzeitigen verdeckten Recherche gegenüber der Schauspielerin nicht – doch hier überkommt sie bald schlechtes Gewissen und sie gesteht alles.

- Wie und warum ist sie zum Journalismus gekommen?

Ihr Traum ist es, Journalistin bei einer Zeitung zu werden und sie studiert Journalismus im Hauptfach an der Universität.

- Wie steht ihr Umfeld zu ihrem Beruf?

Prinzipiell sehen sie den Beruf positiv und versuchen, sie zu unterstützen, kritische Stimmen gibt es nicht. Hie und da bekommt Sabrina allerdings zu hören, dass sie ihre beruflichen Probleme nicht so ernst nehmen soll.

„Der Journalist“, wie er in der Fernsehserie „Sabrina – Total verhext!“ dargestellt wird, ist ehrgeizig und fleißig, motiviert und engagiert. Er gibt sich redliche Mühe, von Kollegen und Vorgesetzten akzeptiert und als Journalist anerkannt zu werden, übertreibt es dabei aber manchmal und schadet sich dadurch selbst. Er ist entschlossen und idealistisch, steht zu seinen Überzeugungen und setzt sich gegen Angriffe zur Wehr. Journalisten möchten als solche ernst genommen werden, selbstständig arbeiten und Verantwortung übernehmen. Sie mögen es nicht, wenn sich andere zu sehr in ihre Arbeit einmischen. Das Verhältnis zum Vorgesetzten ist meist nicht so gut, diese sind sehr herablassend gegenüber Anfängern und so sarkastisch, dass sich die Mitarbeiter teils vor ihnen fürchten. Bis ein junger Journalist von seinen Kollegen ernst genommen wird, ist es mitunter ein weiter und steiniger Weg – anfangs müssen sie viel über sich ergehen lassen und Boten- und Hilfsdienste übernehmen. Nur wenn man diese Zeit übersteht und beweisen kann, dass man Talent hat, wird man auch in der Redaktion akzeptiert.

Konkurrenzdenken gibt es kaum, zumindest nicht innerhalb der Redaktion. Erfahrenere Journalisten helfen den Jüngeren und geben ihnen Tipps, eine gewisse Schadenfreude können sie von Zeit zu Zeit aber nicht verstecken.

Zu ihren Geschichten kommen die Journalisten meist durch Aufträge aus der Redaktion. Natürlich haben sie aber auch hin und wieder eigene Ideen, die sie anbringen können. Ihre Quellen sind vielfältig, wie etwa das Internet und Interviews. Recherche ist ein wichtiger Bestandteil der Arbeit, denn ohne Beweise gibt es keine Geschichte. Wichtig ist, immer eine gewisse Distanz zu dem Untersuchungsobjekt zu wahren und alles möglichst objektiv

zu überprüfen, nachzurecherchieren und auch nicht gleich aufzuhören, nachzubohren, wenn man glaubt, die angestrebten Ereignisse erzielt zu haben.

Die meiste Arbeitszeit verbringen die Journalisten in der Redaktion, hin und wieder verlassen sie diese aber auch für Termine und Recherchen außerhalb.

Journalisten können in vielen verschiedenen Sparten arbeiten – im Printbereich, im Radio, etc. Doch Journalist ist nicht gleich Journalist und nur weil man für den einen Bereich geeignet ist, muss das noch lange nicht für die anderen gelten. Dies muss am Anfang einer jeden Karriere erst herausgefunden werden.

Kritik ist ein Teil des Journalismus, egal ob man sie selbst übt oder von anderen erhält. Wichtig ist, bei der Wahrheit zu bleiben und zu dem Geschriebenen stehen zu können, auch wenn die Reaktionen der Betroffenen nicht positiv ausfallen. Allerdings muss man dennoch darauf achten, wen man beleidigt und auch etwaige Konsequenzen in Kauf nehmen.

Jobsuche im Journalismus ist nicht leicht, vor allem wenn man jung ist und die Erfahrung fehlt. Hier kann „Vitamin B“ helfen und einem einen Vorteil verschaffen. Dass die Kollegen das nicht immer gutheißen und man sich dann umso mehr beweisen muss, ist aber die Kehrseite der Medaille. Wer über keine Beziehungen verfügt, darf nicht allzu wählerisch sein, sondern sollte die Jobs nehmen, die ihm angeboten werden. Auch wenn es anfangs nicht der Traumjob ist, hat man doch zumindest eine Basis, sich zu diesem hochzuarbeiten. Zusätzlich verhelfen Hartnäckigkeit, Entschlossenheit, Mut, Selbstbewusstsein und eine Portion Frechheit zum Erfolg.

## **4.7 Journalismus: So wird er in den drei analysierten TV-Serien dargestellt**

In diesem Kapitel wird zunächst der Fragenkatalog aus den drei Serien-Ergebnissen beantwortet. Anschließend wird aus diesem und den drei Journalismusbildern, die in den Fernsehserien gezeigt werden, ein Gesamtbild erstellt. Mit diesem Kapitel wird auch die erste Forschungsfrage beantwortet:

### Allgemeine Fragen:

- Bei was für einem Medium arbeitet die Journalistin?  
Die Journalistin arbeitet meist bei einer Zeitung, ist also schreiberisch tätig.
- In was für einem Bereich ist sie tätig? (Ressort)

Die Aufgabengebiete der Jungjournalistin sind verschieden bzw. eine genaue Ressortzuteilung ist oft nicht zu erkennen, es wird jedenfalls nicht einer bestimmten Richtung, wie etwa Wirtschaft, der Vorzug gegeben.

- In was für einem Dienstverhältnis steht sie?

Ihre journalistischen Anfänge haben alle drei Journalistinnen schon früh in College- oder Schulzeitungen gemacht. Dann haben sie sich für Praktika oder Volontariate beworben. Ob sie bei ihren Vollzeitjobs Festanstellungen erhalten oder als Freie Mitarbeiterinnen tätig waren, ist nicht bekannt.

#### Zum Journalismus allgemein:

- Wie gründlich bzw. aufwendig wird recherchiert?

Recherche erfolgt prinzipiell sehr gründlich und genau, dabei werden alle möglichen Mittel zur Hilfe genommen und es wird mit vollstem Einsatz gearbeitet.

- Wer sind ihre Quellen?

Zu den üblichen Quellen der Journalistinnen zählen das Internet, Interviews, Datenbanken, Behörden, Informanten, etc.

- Wie kommt sie zu ihren Geschichten? (Hinweise von Informanten, Aussendungen, eigene Ideen, etc.)

Meistens bekommen die Journalistinnen Themen und Artikel als Aufträge aus der Redaktion zugewiesen. Natürlich sind sie aber auch selbst an der Themensuche beteiligt und steuern aktiv eigene Ideen und Beobachtungen bei.

- Welche Art von Geschichten schreibt sie? (Reportagen, Kritiken, etc.)

Auch hier ist – ebenso wie bei der Ressortzuteilung – kein klarer Favorit erkennbar. Eine der Journalistinnen tendiert mehr zu investigativem Journalismus als die anderen beiden, ansonsten kann man nichts Eindeutiges feststellen.

- Wie sieht der Tagesablauf aus? (Termine, Außenrecherchen, etc.)

Die meiste Arbeitszeit verbringen die Journalistinnen in der Redaktion. Sie nehmen aber auch Termine außerhalb wahr und begeben sich für Recherchen außer Haus.

- Wie verstehen sich die Mitarbeiter mit ihrem Vorgesetzten? Wie wird dieser dargestellt?

Die Chefredakteure werden sehr selbstbewusst, kritisch und auch ein wenig launisch dargestellt. Sie sind gegenüber ihren Mitarbeitern herrisch und bestimmt, behandeln diese leicht spöttisch und hie und da auch mit einer gehörigen Portion Sarkasmus. Gegenüber Anfängern in dem Beruf sind sie prinzipiell aufgeschlossen,

allerdings erst, wenn diese ihr Talent bewiesen haben, bis dahin behandeln sie diese eher herablassend und lehren sie zeitweise das Fürchten.

- Stehen die Kollegen in Konkurrenz zueinander?

Ob Konkurrenz zwischen den Kollegen besteht, dürfte wie im realen Leben eine sehr personenabhängige Sache sein. Man sieht sowohl wie ältere Kollegen sich über Jüngere lustig machen und diese nicht ernst nehmen als auch wie sie ihnen Ratschläge geben und ihnen helfen wollen. Im Allgemeinen dürfte ein eher gutes Arbeitsklima in den Redaktionen herrschen.

- Wie werden die Kollegen dargestellt?

Journalisten sind generell selbstbewusst, ehrgeizig und motiviert. Sie lieben ihre Arbeit, mögen es aber nicht, wenn sich jemand in diese einmischt, sondern wollen selbstständig arbeiten.

#### Zur Person selbst:

- Wie wird sie dargestellt?

Die jungen Journalistinnen sind sehr ehrgeizig, motiviert, engagiert, fleißig und geben sich die größte Mühe, ihre Arbeit gut zu erledigen. Sie sind vernünftig, verantwortungsbewusst und klug und neigen manchmal ein wenig dazu, besserwisserisch zu sein. Rückschläge und übermäßige Kritik lassen sie an sich zweifeln und fragen, ob sie auch wirklich den richtigen Beruf gewählt haben. Prinzipiell handelt es sich aber um zielstrebige und entschlossene junge Frauen, die wissen was sie wollen und diesen Wunsch auch hartnäckig verfolgen.

- Was für einen Stellenwert hat Recherche für sie?

Recherche hat für alle drei Jungjournalistinnen einen hohen Stellenwert. Sie sind sich im Klaren darüber, dass man für eine gute Geschichte Fakten und Beweise braucht und würden nie etwas „fahrlässig“ veröffentlichen.

- Wie geht sie mit Kritik um?

Ein einheitlicher Umgang mit Kritik kann nicht festgestellt werden, ist aber vermutlich auch ziemlich personenabhängig.

- Wie sehen ihre ethischen Vorstellungen aus?

Bei diesem Punkt gab es leichte Ungereimtheiten. Zwei der analysierten Personen sind recht moralisch und stehen zu ihren Überzeugungen und Werten und verteidigen diese. Die dritte ist zwar insofern ebenfalls moralisch, als dass sie beispielsweise nur über bewiesene Tatsachen berichten würde, wie sie zu jenen kommt, ist

aber eine andere Sache – so überschreitet sie bei ihren Recherchen schon mal die Grenzen des Legalen, schnüffelt in fremden Büros herum und hackt Computer, Websites und Datenbanken.

- Wie und warum ist sie zum Journalismus gekommen?

Der Traum aller drei jungen Frauen war es anscheinend immer schon, als Journalistin bei einer Zeitung zu arbeiten. Sie haben entweder spezielle Journalisten als Vorbilder, träumen von einer bestimmten Zeitung oder studieren im Hauptfach Journalismus. Der Beruf wird also klar angestrebt, die Betroffenen stoßen nicht zufällig darauf.

- Wie steht ihr Umfeld zu ihrem Beruf?

Die Menschen im Umfeld der analysierten Journalistinnen sind dem Beruf gegenüber prinzipiell positiv eingestellt. Sie sind stolz auf sie, wenn sie ihre Ziele erreichen und versuchen, sie auf ihrem Weg zu unterstützen.

**FF1:** Wie sieht das Rollenbild von Journalisten in den amerikanischen Fernsehserien „Gilmore Girls“, „Sabrina – Total verhext!“ und „Smallville“ aus?

Der „Prototyp (Jung-)Journalist“, wie man ihn in Serien sieht, ist ehrgeizig, fleißig, selbstbewusst, engagiert und motiviert. Er ist entschlossen, pflichtbewusst, vernünftig und idealistisch, manchmal ein wenig zu egozentrisch, von sich selbst überzeugt und er nervt seine Umgebung mit Besserwisserei. Der Journalist liebt seine Arbeit über alles, möchte aber unbedingt selbstständig und auf eigene Verantwortung arbeiten und mag es nicht, wenn sich andere ständig einmischen und ihnen Dinge vorschreiben. Wie sich Journalisten mit ihren Kollegen verstehen, ist sehr wechselhaft und personenabhängig. Übermäßiges Konkurrenzdenken innerhalb einer Redaktion gibt es nicht. Das Verhältnis zum Vorgesetzten ist natürlich auch personenabhängig, aber eher distanziert. Dieser ist tendenziell eher launisch und sarkastisch und jagt seinen Mitarbeitern ein wenig Angst, auf jeden Fall aber gehörigen Respekt ein. Anfangs gibt es für Journalisten viele Hürden zu überwinden – sei es, Botendienste für erfahrenere Kollegen zu übernehmen, Talentbeweise abzuliefern oder persönliche Einstiegsrituale in die Redaktion mitzumachen. Erst dann werden die Anfänger als Teil des Ganzen und als Journalisten akzeptiert.

Worüber ein Journalist schreibt, ergibt sich meist aus Aufträgen von Vorgesetzten oder Kollegen. Doch natürlich müssen sie auch immer selbst auf Themensuche sein und Ideen liefern, dabei sind sie meist am erfolgreichsten, wenn sie auf ihre Umgebung achten und

interessanten Dingen ihre Aufmerksamkeit schenken. Wenn man über die richtigen Kontakte verfügt, werden einem gute Geschichten natürlich auch von Bekannten oder „Informanten“ gesteckt.

Recherche ist für Journalisten etwas sehr Wichtiges. Es wird sehr gründlich und genau gearbeitet und auch Aufwand und persönlicher Einsatz werden nicht gescheut. Gerade der persönliche Einsatz ist allerdings umstritten: Während Sabrina geraten wird, immer Distanz zu ihrem Rechercheobjekt zu wahren, stürzen sich Rory und Chloe wenn es nötig ist ganz in diesen hinein. Bei Geschichten, wo Dinge aufgedeckt werden sollen, ist dieser Drang natürlich besonders stark. Dass man einen Artikel nicht schreibt, wenn man keine stichhaltigen Beweise hat, ist für die meisten Journalisten eine Selbstverständlichkeit. Grenzlegale Recherchemethoden werden nicht so häufig verwendet bzw. wenn dann, wenn es darum geht, geheime Dinge aufzudecken. Zu den Quellen der Journalisten zählen das Internet, Behörden, Datenbanken, Interviews, etc.

Journalisten arbeiten die meiste Zeit in der Redaktion. Hier recherchieren und schreiben sie. Natürlich nehmen sie aber auch Termine außerhalb wahr und müssen hie und da einige Dinge außerhalb des Redaktionsgebäudes nachrecherchieren.

Kritik gehört zum Journalismus und ist ein wichtiger Teil des Systems. Kritik zu üben ist ein wesentlicher Bestandteil des Journalismus und der Arbeit eines Journalisten. Aber es gehört auch zum Journalismus, Kritik für Geschriebenes zu erhalten. Damit kann nicht jeder gut umgehen, ein Journalist muss das allerdings lernen und darf sich nicht verunsichern lassen, sondern muss zu dem stehen, was er geschrieben hat. Natürlich kann es aber auch vorkommen, dass der Kritisierte einen gewissen Einfluss hat und man dann mit den Konsequenzen zurechtkommen muss.

Eine Stelle als Journalist zu finden, ist nicht einfach, vor allem wenn man Anfänger ist und nicht viel Erfahrung hat. In diesem Fall ist es am besten, einfach die Stelle zu nehmen, die man kriegen kann und einfach anzufangen, irgendwo zu arbeiten, auch wenn es nicht der heiß ersehnte Traumjob ist. Ist man einmal im „System“, wird man mit Talent und Durchhaltevermögen seinen Weg schon machen. Erleichtern können den Einstieg in die Branche gute Beziehungen, also das vielzitierte „Vitamin B“.

Privates und Berufliches wird hie und da vermischt, aber auch das dürfte eine Sache des Charakters sein. Während Sabrina versucht, hier strikt zu trennen und sogar so tut, als würde sie ihren eigenen Freund nicht kennen, gibt Rory Beziehungen zu und ist zum Teil auch mit anderen Redaktionsmitgliedern befreundet. Auch Chloe ist mit jemandem von der gleichen Zeitung zusammen, bei ihr ist die Vermischung von Privatleben und Beruf aber

am stärksten: Sie gibt oft Informationen, die sie im Beruf erhält, an Freunde weiter. Diese profitieren von ihrem Wissen und den durch ihren Beruf entstandenen Möglichkeiten, weil sie einige Dinge in ihrer Arbeitszeit für sie nachrecherchiert. Weniger geliebte Menschen verfolgt sie dafür auch beruflich.

Aufgrund der Analyseergebnisse werden nun folgende vier Hypothesen aufgestellt, die dann bei der Befragung überprüft werden:

**H2-1:** Ehrgeiz, Selbstbewusstsein, Engagement und Pflichtbewusstsein werden als wichtige bis sehr wichtige Eigenschaften für Journalisten eingestuft.

**H2-2:** Die Themen, über die ein Journalist berichtet, werden ihm am häufigsten von anderen Redaktionsmitgliedern zugeteilt.

**H2-3:** Journalisten müssen kritisieren und mit Kritik umgehen können.

**H2-4:** Die meiste Zeit des Tages verbringt ein Journalist in der Redaktion.

## 5. DIE BEFRAGUNG

In diesem Kapitel soll zunächst kurz Theoretisches zur Befragung erläutert werden. Anschließend werden der verwendete Fragenkatalog und die näheren Befragungsbedingungen vorgestellt. Danach werden die Ergebnisse der Befragung präsentiert.

### 5.1 Über die Befragung als wissenschaftliche Methode

Die Befragung zählt wie die Beobachtung oder die Inhalts- und auch die Fernsehanalyse zu den sozialwissenschaftlichen Erhebungsmethoden. Die Befragung wird den empirischen Methoden zugeschrieben, denen gemein ist, dass sie Erfahrungen über die Realität sammeln und systematisieren. Ziel der Befragung ist es, reliable und valide Informationen über einen Forschungsgegenstand zu bekommen. Die befragte Person kann der Forschungsgegenstand selbst sein oder ihm auch einfach nur nahestehen.

„Die Befragung hat die (Alltags-) Kommunikation als Grundlage und benutzt diese für die Gewinnung von Information über das Forschungsobjekt.“<sup>145</sup> Das hat zum Vorteil, dass die Befragung an die alltägliche Kommunikation anknüpfen kann und in allen Bevölkerungsteilen eingesetzt werden kann – vorausgesetzt, eine Gesellschaft ist so weit entwickelt, dass sie genügend auskunftsfähig und informiert ist. Von der Alltagskommunikation unterscheidet die Befragung, dass es eine künstliche Situation ist, bei der einseitig Themen vorgegeben werden und in der sich Befragter und Interviewer neutral und distanziert verhalten.<sup>146</sup>

Auch wenn die Befragung in der Tradition der Alltagskommunikation gesehen werden kann, ist sie dennoch von dieser zu unterscheiden. Es handelt sich dabei um kein normales Gespräch, sondern um eine wissenschaftliche Befragungssituation, in der zwischen Forscher und Befragtem unterschieden wird, was in einem normalen Gespräch nicht der Fall wäre. Daher ist auch das Verhalten des Befragten nicht so authentisch wie in einer normalen Unterhaltung. Antworten auf Fragen könnten verzerrt werden, weil Menschen die Angewohnheit haben, in solchen Situationen „sozial erwünscht“ zu antworten – also Antworten zu geben, die sie selbst gut dastehen lassen und beim Gesprächspartner keinen negativen Eindruck hervorrufen.

---

<sup>145</sup> Scholl, 2003, S. 23.

<sup>146</sup> Vgl. ebd., S. 24.

Da es bei der wissenschaftlichen Befragung jedoch nicht darum geht, einen guten Eindruck zu machen, sondern um gültige und wahrheitsgemäße Informationen, muss versucht werden, „sozial erwünschte“ Antworten zu verhindern. Daher ist die Befragungssituation weitgehend entlastet von „konformitätserzeugenden sozialen Regeln“<sup>147</sup>: Weder Interviewer noch Forscher könnten die Antworten in irgendeiner Weise sanktionieren und das ganze Verfahren beruhe auf freiwilliger Teilnahme und auf Auskunftserteilung, so Armin Scholl. Erhoben werden könne aber dennoch immer nur die Kommunikation und nie die Gedanken und Gefühle der befragten Person.

Generell unterscheidet man quantitativ-standardisierte und qualitativ-offene Verfahren der Befragung. Diese Unterscheidung wird teilweise mehr und teilweise weniger strikt getroffen. Scholl stellt die Nützlichkeit infrage, denn seiner Meinung nach handle es sich dabei um das Selbstverständnis der Forschungsphilosophien, nicht um das der Forschungspraxis, diese sei in der Regel weit weniger gegensätzlich. Demnach streben standardisierte Verfahren den Vergleich zwischen den Untersuchungsobjekten an und objektivieren dafür das Frageinstrument, die Forschungssituation und die Auswahl der Stichprobenziehung. Offene Verfahren hingegen sollen dem tieferen Verständnis des Forschungsgegenstands dienen. Dafür werden Fragebogen, Interviewsituation und die Auswahl der Befragten individualisiert.<sup>148</sup>

Weiters unterscheidet man deduktives und induktives Vorgehen, wobei ersteres eher mit der quantitativ-standardisierten Methode zusammenhängt und zweiteres mit der qualitativ-offenen. Selbstverständlich bestätigen aber auch in diesem Fall Ausnahmen die Regel.

Befragungen können auf verschiedene Arten erfolgen. So können diese persönlich-mündlich, telefonisch, schriftlich und computergestützt, also online, durchgeführt werden. Jedes Verfahren hat Vor- und Nachteile, so ist etwa beim persönlichen Interview die Ausschöpfung der Stichprobe am größten, da der Kontakt zwischen Forscher und Befragtem am intensivsten ist. Schriftliche Befragungen haben dafür den Vorteil, dass die Antworten auf heikle Fragen durch die Abwesenheit des Interviewers ehrlicher sind, die Ausschöpfung der Stichprobe dafür geringer ist. Prinzipiell hat jedes Befragungsverfahren seine Berechtigung. Wichtig ist nur, dass man sich pro Studie auf eine Methode beschränkt, da die jeweiligen Stärken und Schwächen eines Verfahrens verschiedene Effekte

---

<sup>147</sup> Ebd., S. 23.

<sup>148</sup> Vgl. ebd., S. 25ff.

nach sich ziehen und die Ergebnisse beeinflussen können. Eine Vergleichbarkeit von Ergebnissen, die beispielsweise einerseits schriftlich und andererseits telefonisch erzielt wurden, ist also nicht zwangsläufig gegeben.<sup>149</sup>

Online-Befragungen haben wie jede andere Variante Vor- und Nachteile. Zu den Vorteilen zählen unter anderem die Asynchronität (der Befragte ist zeitunabhängig und kann daher den Fragebogen zu einer für ihn günstigen Zeit ausfüllen), die Automatisierbarkeit (kein Medienbruch und dadurch zwischen Datenerhebung und Datenauswertung keine „menschliche Fehlerquelle“), die Flexibilität (verschiedenste Multimediaelemente wie Schrift, Ton, Bild, etc sind einfach einzusetzen) und die Objektivität (keine unmittelbare Interaktion zwischen Interviewer und Befragtem und dadurch keine Verzerrungen sowie die Verminderung der „sozialen Erwünschtheit“). Die Nachteile hingegen sind mögliche unerwünschte Wechselwirkungen zwischen Fragestellungen und Befragten (Bsp.: Techniklastige Fragen werden online anders beantwortet als bei konventionellen Befragungsmethoden), keine Feedbackmöglichkeit für die Teilnehmer, durch Selbstrekrutierung der Befragten erhält man keine repräsentative Stichprobe.<sup>150</sup>

Bei der standardisierten Befragung sind die Fragen im Normalfall geschlossen und für jeden Befragten im gleichen Wortlaut und in der gleichen Reihenfolge vorgegeben. Der Befragte muss dann aus den vorgegebenen Antwortmöglichkeiten die zu ihm passende(n) auswählen bzw. jene Antwort, die ihm am ehesten entspricht. Hin und wieder tauchen in standardisierten Fragebögen auch offene Fragen auf, diese werden jedoch bei der Auswertung nicht interpretiert, sondern in Kategorien eingepasst und auf diese Weise systematisiert. Formuliert man geschlossene Fragen, muss man die möglichen Antworten kennen, anderenfalls sollte man die Frage offen stellen. Möchte man bei geschlossenen Fragen auf Nummer sicher gehen, weil die Antwortmöglichkeiten extrem zahlreich sein können, ist es sinnvoll, eine halboffene Frage zu stellen: Zusätzlich zu den vorgegebenen Antworten gibt es dann eine Möglichkeit wie „Sonstiges“, bei welcher der Befragte seine eigenen Gedanken eintragen kann.<sup>151</sup>

Bei der Erstellung des Fragebogens ist darauf zu achten, dass die Fragen im Fragebogen nicht ident mit den Forschungsfragen sind. Diese stellt sich der Forscher selbst, die Test-

---

<sup>149</sup> Vgl. Möhring/Schütz, 2003, S. 152.

<sup>150</sup> Vgl. Hollaus, S. 33-37.

<sup>151</sup> Vgl. Schumann, 2006, S. 59ff.

fragen werden dem Befragten gestellt und müssen inhaltlich und sprachlich an diesen angepasst werden. Die erhaltenen Antworten sind dann ein Indikator zur Beantwortung der eigentlichen Forschungsfrage, aber nicht eine gültige Antwort auf diese.

Da die Inhalte eines Fragebogens höchst verschieden sein können, unterscheidet Scholl verschiedene Fragetypen: die Faktfrage, die Wissensfrage, die Einschätzungsfrage, die Interessens-, Präferenz- und Relevanzfrage, die Bewertungsfrage, die Stimmungsfrage, die Meinungs- und Einstellungsfrage, die Verhaltensfrage sowie die Absichts- oder Projektivfrage. Weiters kann man Fragen danach kategorisieren, ob sie einen hypothetischen oder tatsächlichen Sachverhalt oder einen abstrakten oder konkreten Sachverhalt thematisieren, ob sie neutral sind oder einen Stimulus aufweisen und ob sie personalisiert oder depersonalisiert sind.<sup>152</sup>

Bei der Frageformulierung muss der Forscher zusätzlich auf Folgendes achten: Die Verständlichkeit (sprachlich, semantisch, Dialekt bzw. Anglizismen) – der Fragebogen sollte sich an der Zielgruppe orientieren und eher umgangssprachliche Ausdrücke statt wissenschaftlicher Termini verwenden; die Auskunftsfähigkeit der Zielgruppe, also ob die Leute überhaupt die Sachverhalte kennen, eine Meinung haben, etc. und die Auskunftswilligkeit (soziale Erwünschtheit – themenabhängig).<sup>153</sup>

## 5.2 Der Fragebogen

Um das Idealbild, das der journalistische Nachwuchs von seinem späteren Beruf hat, zu erfassen, wurden diese Personen mit einem teilstandardisierten Online-Fragebogen befragt. Die Wahl auf den teilstandardisierten Fragebogen fiel, um die gegebenen Antworten besser vergleichbar zu machen und damit seitens der Forscherin keine Fragen unbeantwortet bleiben bzw. die notwendigen Kriterien bei der Beantwortung bedacht werden. Die Befragung selbst erfolgte online, weil die Rekrutierung der Befragten so wesentlich einfacher und effektiver war, als wenn diese persönlich aufgesucht hätten werden müssen.

Der Fragebogen besteht aus 24 Fragen. Der Link zum Ausfüllen wurde per Mail an Bekannte versandt, ins Publizistik-Forum der Universität Wien gestellt und an den Verteiler der Fachhochschule Joanneum Graz geschickt. Weiters haben Journalisten von „Kronen Zeitung“, „Kurier“, „Der Standard“, „Die Presse“ und „Austria Presse Agentur“

---

<sup>152</sup> Vgl. Scholl, 2003, S. 143-147.

<sup>153</sup> Vgl. Möhring/Schütz, 2003, S. 27f.

den Fragebogen ausgefüllt. Dieser war für einen Zeitraum von 18 Tagen zum Ausfüllen verfügbar. Insgesamt haben an der Befragung 105 Personen (Minimum waren 50) teilgenommen. Kriterien für die Teilnahme waren, dass der Befragte nicht älter als 26 war und als Berufswunsch Journalismus angab.

Nachstehend ist der Fragebogen in der Form nachzulesen, wie er den Befragten vorgelegt wurde.

Zunächst bitte ich Sie um einige Angaben zu Ihrer Person und zu Ihrem Bezug zum Journalismus.

1) Geschlecht?

- Männlich
- Weiblich

2) Bitte vervollständigen Sie den Satz: Journalismus ist...

- mein Traumberuf.
- eine von mehreren Berufsmöglichkeiten, die für mich gleichermaßen infrage kommen.
- etwas, das sich einfach so für mich ergeben hat.
- Sonstiges: \_\_\_\_\_

3) Haben Sie schon praktische Erfahrungen im Journalismus gemacht? (Wenn nein, weiter zu Frage 6)

- Ja
- Nein

4) Wenn ja, in welcher Form? (Mehrfachantworten möglich)

- Praktikum/Volontariat
- Freie Mitarbeit in einer Redaktion
- Angestellt in einer Redaktion

5) Bei welcher Art von Medium waren Sie tätig? (Mehrfachantworten möglich)

- Printmedium: Tages- oder Wochenzeitung
- Printmedium: Zeitschrift, Magazin
- Radio
- Fernsehen
- Online-Medium
- Nachrichtenagentur
- Sonstiges: \_\_\_\_\_

Bei den folgenden Fragen geht es um die Idealvorstellung, die Sie vom Beruf des Journalisten haben. Bitte beziehen Sie sich bei Ihren Antworten wirklich nur auf Ihr Ideal und lassen Sie Ihre realen Erfahrungen so gut es geht weg!

6) Wie ist Ihrer Vorstellung nach das Verhältnis allgemein unter den Journalisten?

- Freundschaftlich und kollegial, sie arbeiten im Team.
- Freundlich, aber distanziert, zusammengearbeitet wird nur im Notfall.
- Sie sind einander eher gleichgültig, jeder ist ein Einzelkämpfer.
- Sie konkurrieren miteinander um die besten Geschichten, das Verhältnis ist eher angespannt.

7) Welche Eigenschaften sind Ihrer Meinung nach wichtig für den idealen Journalisten? Bitte bewerten Sie die vorgegebenen Eigenschaften mit 1 bis 5 (1...sehr wichtig, 5...gar nicht wichtig).

	1	2	3	4	5
Ehrgeiz					
Engagement					
Kreativität					
Pflichtbewusstsein					
Idealismus					
Entschlossenheit					
Neugier					
Hartnäckigkeit					
Selbstbewusstsein					
Moral					
Mut					
Genauigkeit					
Stressresistenz					
Hilfsbereitschaft					
Fähigkeit zur Teamarbeit					

8) Wenn Ihnen weitere Eigenschaften einfallen, die Sie für sehr wichtig halten, bitte nennen Sie diese hier: \_\_\_\_\_

9) Journalisten können auf verschiedene Arten zu ihren Themen und Geschichten kommen. Bitte bewerten Sie, wie häufig welche Art vorkommt auf einer Skala von 1 bis 5 (1...sehr häufig, 5...nie).

	1	2	3	4	5
Ergibt sich aus aktuellen Geschehnissen					
Auftrag vom Chef/anderen Redaktionsmitgliedern					
Eigene Ideen					
Informanten					
Aussendungen/Termine					
Anregungen von Freunden, etc.					

10) Kreuzen Sie bitte die Ihrer Vorstellung nach wichtigsten drei Quellen von Journalisten an.

- Internet
- Datenbanken und Archive
- Behörden/Organisationen/Parteien
- Interviews
- Aussendungen
- Pressetermine
- Geheime Informanten
- Bücher
- Andere Medien
- Sonstiges: \_\_\_\_\_

11) Welchen Stellenwert hat Ihrer Vorstellung nach Recherche für einen Journalisten?

- Sie ist das wichtigste Element des Berufs überhaupt. Gründliche Recherche und Faktentreue machen eine Berichterstattung erst möglich.
- Sie ist wichtig, aber nicht alles. Manche Dinge sind einfach nicht wichtig genug, um sie nachzurecherchieren.
- Recherchiert wird nur, wenn es sein muss. Viele Informationen bekommt man ja ohnehin „auf dem Silbertablett serviert“ (z.B. Pressemitteilungen).
- Recherche, wozu? Gerüchte und Spekulationen verkaufen sich einfach besser.

12) Was meinen Sie, wendet Ihr „idealer Journalist“ auch ab und zu illegale Recherchemethoden an (z.B. Akten klauen), um zu seinen Informationen zu kommen?

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

13) Wie sieht Ihrer Vorstellung nach der Arbeitsalltag eines Journalisten im Normalfall aus?

- Ein Journalist verbringt die meiste Zeit in der Redaktion, Termine, Recherchen u.ä. finden aber auch außerhalb statt.
- Ein Journalist ist mehr unterwegs als in der Redaktion. Termine, Interviews, Recherchen, Treffen mit Informanten, etc. nehmen eindeutig mehr Zeit ein als das Schreiben selbst.

14) Nun geht es um die Kritikfunktion im Journalismus. Bitte kreuzen Sie die Ihrer Vorstellung nach zutreffende Antwort an.

- Kritik zu üben ist eine wesentliche Aufgabe für Journalisten. Umgekehrt müssen Journalisten aber auch damit umgehen können, für ihre Arbeit Kritik einzustecken.
- Journalisten sollen Kritik zwar anbringen, müssen sich aber nicht für ihre Arbeit kritisieren lassen.
- Journalisten müssen nichts kritisieren, sondern einfach nur Fakten berichten. So können sich die Menschen ihre eigene Meinung bilden und brauchen die Journalisten nicht kritisieren.
- Sonstiges: \_\_\_\_\_

Nun bitte ich Sie, noch einige Angaben zu Ihrem Verhältnis mit fiktiven Journalismusbildern (in der Literatur, Filmen, Fernsehen, etc.) zu machen.

15) Bitte vervollständigen Sie diesen Satz: Bücher, Filme und Fernsehserien mit Journalisten...

- Wecken in mir ein besonderes Interesse.
- Interessieren mich auch nicht mehr als jene, wo keine Journalisten vorkommen.
- Interessieren mich überhaupt nicht.

16) Bitte vervollständigen Sie diesen Satz: Wenn ich zufällig fiktiven Journalistenbildern begegne, ...

- Fällt mir das oft gar nicht auf.
- Achte ich besonders aufmerksam auf diese.

- Bemerkte ich das zwar, aber es ist mir egal.

17) Wie gehen Sie im Normalfall mit fiktiven Journalistenbildern um?

- Ich betrachte sie objektiv und vergleiche sie mit der Realität.
- Ich verwerfe sie sofort wieder. Das ist doch alles fern von jeglicher Wirklichkeit.
- Ich verwende sie als Orientierungshilfe.
- Ich beachte sie nicht sonderlich.

18) Was meinen Sie, wie wirken fiktive Bilder auf andere junge oder angehende Journalisten?

- Sie beachten sie nicht.
- Sie nehmen sie als Vorbild oder zur Orientierung.
- Sie vergleichen diese mit der Realität um Unterschiede und Gemeinsamkeiten festzustellen.
- Sie lehnen sie ab, weil sie unrealistisch sind.

19) Kennen Sie die Fernsehserie „Gilmore Girls“? (Wenn nein, weiter zu Frage 21)

- Ja
- Nein

20) Finden Sie die Figur der Rory Gilmore im Zusammenhang mit ihren journalistischen Erfahrungen realistisch?

- Ja
- Nein
- Kenne die Serie nicht gut genug, um das zu beurteilen

21) Kennen Sie die Fernsehserie „Smallville“? (Wenn nein, weiter zu Frage 23)

- Ja
- Nein

22) Finden Sie die Figur der Chloe Sullivan im Zusammenhang mit ihren journalistischen Erfahrungen realistisch?

- Ja
- Nein
- Kenne die Serie nicht gut genug, um das zu beurteilen

23) Kennen Sie die Fernsehserie „Sabrina – Total verhext!“? (Wenn nein, können Sie die Umfrage abschicken)

- Ja
- Nein

24) Finden Sie die Figur der Sabrina Spellman im Zusammenhang mit ihren journalistischen Erfahrungen realistisch?

- Ja
- Nein
- Kenne die Serie nicht gut genug, um das zu beurteilen

## **5.3 Befragungsergebnisse**

Zunächst wird das durch die Befragung entstandene Berufsbild der jungen und angehenden Journalisten präsentiert und anschließend werden die Unterschiede bei den Angaben von Befragten mit und ohne journalistischer Praxis aufgezeigt. Dann werden Forschungsfragen und Hypothesen beantwortet.

### **5.3.1 So haben die Jungjournalisten geantwortet**

Die wichtigsten Eigenschaften eines Journalisten sind für die befragten Jungjournalisten Engagement und Neugier (je 83,8 Prozent für „sehr wichtig“). Danach folgen Hartnäckigkeit, Stressresistenz, Ehrgeiz, Selbstbewusstsein, Entschlossenheit, Genauigkeit und Kreativität. Auch Pflichtbewusstsein und Mut halten noch etwa zwei Fünftel der Befragten für „wichtig“. Idealismus, Moral, Fähigkeit zur Teamarbeit und Hilfsbereitschaft rangieren auf der Liste der wichtigen Eigenschaften eher am Schluss (werden auf der Skala durchschnittlich in der Mitte der Wichtigkeiten eingestuft).

Obwohl die Fähigkeit zur Teamarbeit von nur 12,5 Prozent und die Hilfsbereitschaft von nur 11,4 Prozent für „sehr wichtig“ gehalten wird, denkt die Mehrheit der Befragten (58,1 Prozent), dass das Verhältnis unter den Journalisten freundschaftlich und kollegial ist und dass diese im Team arbeiten. Konkurrenz zwischen den Journalisten spielt nur für 11,4 Prozent eine Rolle. 26,7 Prozent denken, dass Journalisten zwar freundlich zueinander, aber gleichzeitig distanziert sind und nur im Notfall zusammenarbeiten. Dass Journalisten Einzelkämpfer und einander gleichgültig sind, glauben nur 3,8 Prozent der Befragten.

Themen für ihre Artikel und Beiträge finden Journalisten nach Vorstellung von mehr als drei Viertel der Befragten am öftesten durch aktuelle Geschehnisse, etwa 45 Prozent denken auch, dass Aussendungen und Termine sehr häufig zur Themenfindung beitragen. Aufträge vom Chef oder anderen Redaktionsmitgliedern werden von knapp 40 Prozent als

häufige Art eingeschätzt, wie Journalisten Themen aufgreifen. Eigene Ideen, Informanten sowie Anregungen aus dem Bekanntenkreis spielen dagegen eine geringere Rolle.

Für die wichtigsten Quellen halten die jungen und angehenden Journalisten das Internet (60,1 Prozent), Pressetermine (55,4 Prozent), Interviews (52,4 Prozent) und Aussendungen (45,6 Prozent). Behörden, Parteien und Organisationen sowie Datenbanken und Archive halten je 35,9 Prozent für eine der wichtigsten drei Quellen. Informanten (12,6 Prozent) und Bücher (5,8 Prozent) werden selten zu den wichtigsten Quellen gezählt. Was für eine Rolle Nachrichtenagenturen spielen, ist unklar. Zwei Befragte nannten nämlich unter „Sonstiges“ noch „Agenturen“ – ob die übrigen Befragten die Agenturen unter dem Sammelbegriff „andere Medien“ gesehen haben und diese daher in der Vorstellung eine eher kleine Rolle spielen („andere Medien“ hielten 8,7 Prozent für eine der wichtigsten Quellen) oder ob Agenturen höher gereiht gewesen wären, wenn sie extra angeführt worden wären, kann hier leider nicht beantwortet werden.

Recherche hat für die Nachwuchsjournalisten einen sehr hohen Stellenwert. 78,2 Prozent stimmen dieser Aussage zu: „Sie ist das wichtigste Element des Berufs überhaupt. Gründliche Recherche und Faktentreue machen eine Berichterstattung erst möglich.“ Nur ein knappes Prozent ist der Meinung, dass Recherche unnötig ist, da sich Gerüchte ohnehin besser verkaufen. Dass Recherche an sich wichtig ist, manche Dinge aber zu unwichtig sind, um sie nachzurecherchieren, meinen 11,9 Prozent. Dass nur recherchiert wird, wenn es sein muss, weil man die meisten Informationen ohnehin problemlos geliefert bekommt, denken 8,9 Prozent. Wenn es um die Anwendung unlauterer Recherchemethoden wie das Vorgeben einer falschen Identität oder Ähnliches geht, sind sich die Befragten nicht ganz einig. 44,6 Prozent denken zwar, dass der ideale Journalist auch zu solchen Mitteln greift, 32,7 Prozent halten das aber nicht für wahr und 22,8 Prozent können oder wollen dazu keine Angaben machen.

Den Arbeitsalltag verbringen Journalisten hauptsächlich in der Redaktion, stellen sich 63,4 Prozent vor. Kritik spielt im Beruf offensichtlich eine große Rolle. 85,2 Prozent der befragten Nachwuchsjournalisten finden, dass Kritik zu üben eine der Aufgaben von Journalisten ist, dass diese aber auch mit Kritik an ihrer eigenen Arbeit umgehen können müssen. Dagegen finden etwa elf Prozent, dass Journalisten einfach nur Fakten berichten sollen, damit sich die Menschen ihre eigene Meinung bilden können und die Journalisten sich nicht kritisieren brauchen lassen. Nur knapp vier Prozent der Befragten sind der Ansicht, dass Journalisten ihrer Vorstellung nach ruhig kritisieren dürfen und sollen, sich selbst aber nicht kritisieren lassen müssen.

Dass fiktive Journalismusbilder bei den Jungjournalisten auf ein besonderes Interesse stoßen, ist nicht ganz richtig. 68,3 Prozent gaben an, an diesen Bildern nicht mehr interessiert zu sein als an anderen fiktiven Vorstellungen. Für immerhin fast 30 Prozent sind diese Bilder aber durchaus besonders interessant. Während 18,6 Prozent die fiktiven Darstellungen oft nicht auffallen, verfolgen etwa doppelt so viele diese besonders aufmerksam. Dass ihnen die fiktiven Bilder zwar auffallen, ihnen das aber egal ist, war die häufigste Antwort der Befragten (44,1 Prozent).

Beim Umgang mit fiktiven Journalistenbildern gab es interessante Ergebnisse bzw. Unterschiede zwischen dem eigenen Umgang und der Einschätzung des Umgangs anderer. Über die Hälfte der Befragten gab an, die Bilder objektiv zu betrachten und mit der Realität zu vergleichen. Als Orientierungshilfe verwenden nach eigenen Angaben nur 2,9 Prozent (drei Befragte!) die fiktiven Journalismusbilder. Gleichzeitig denken aber 40,6 Prozent (41 Befragte!), dass andere junge und angehende Journalisten die Fiktion als Vorbild sehen und sich daran orientieren. Was hier festgestellt wurde, ist also ein Third-Person-Effekt<sup>154</sup>. Ähnlich ist die Lage auch bei der Nicht-Beachtung bzw. dem Verwerfen der fiktiven Bilder: Ein Drittel gab an, die Fiktion selbst nicht zu beachten, aber nur knapp acht Prozent nehmen das von anderen Journalisten an. Fast 15 Prozent verwerfen die Bilder als unrealistisch, aber nur knapp sechs Prozent glauben, dass auch andere so handeln. Immerhin schreiben aber auch 45,5 Prozent der Befragten den anderen Journalisten zu, die Bilder mit der Realität zu vergleichen – was dem eigenen Verhalten doch sehr nahe kommt.

Die untersuchten Fernsehserien stießen bei den Befragten in großem Ausmaß auf Bekanntheit. Über 90 Prozent kennen die „Gilmore Girls“, immerhin mehr als 60 Prozent „Smallville“ und fast 90 Prozent „Sabrina – Total verhext!“. Als realistisch empfunden werden die Journalismus-Darstellungen in diesen Serien von den Befragten aber kaum. Am meisten Zustimmung erhält noch Rory Gilmore mit 21,6 Prozent (unrealistisch: 50,5 Prozent), gefolgt von Chloe Sullivan mit 15,2 Prozent (unrealistisch: 34,8 Prozent) und Sabrina Spellmann mit zehn Prozent (unrealistisch: 62,2 Prozent).

Unter den 105 Befragten befanden sich 29 Männer und 75 Frauen. Für 45,2 Prozent davon ist Journalismus eine von mehreren infrage kommenden Berufsmöglichkeiten. 34,6 Prozent sagen, dass Journalismus ihr Traumberuf ist. Für etwa ein Fünftel der Befragten (20,2

---

<sup>154</sup> Anm.: Die Annahme, dass andere sich mehr von Massenmedien, etc. beeinflussen lassen, als man selbst.

Prozent) hat sich der Journalismus „einfach so ergeben“. Prinzipiell könnte man also feststellen, dass Journalismus etwas ist, das angestrebt wird und nicht zufällig „passiert“. Von den Befragten haben 83,7 Prozent bereits erste journalistische Erfahrungen gemacht. Dies war zumeist in Form eines Praktikums/Volontariats (56,8 Prozent) oder Freier Mitarbeit bei einem Medium (65,9 Prozent) der Fall. Angestellte in einer Redaktion gibt es in dem Alter eher wenig – nur 22,7 Prozent gaben an, diese Form des Dienstverhältnisses in einer Redaktion schon erlebt zu haben. Die meisten Befragten haben bei einer Tages- oder Wochenzeitung Erfahrungen gesammelt (64,8 Prozent). Es folgen Online-Medien (38,6 Prozent), Zeitschriften oder Magazine (28,4 Prozent), Radiosender (17 Prozent), Nachrichtenagenturen (14,8 Prozent) und das Fernsehen (6,8 Prozent).<sup>155</sup>

### 5.3.2 Die Journalismus-Idealvorstellung

**FF2:** Was für eine Idealvorstellung von einem Journalisten haben österreichische Nachwuchsjournalisten?

Der ideale Journalist für die Nachwuchsjournalisten ist neugierig und engagiert, hartnäckig, ehrgeizig, selbstbewusst und stressresistent. Auch Entschlossenheit, Genauigkeit und Kreativität sind wichtige Eigenschaften. Das Verhältnis unter den Journalisten ist kollegial, freundschaftlich und sie arbeiten im Team, Konkurrenz spielt eine eher geringe Rolle.

Die Themenfindung verläuft meist „von selbst“ durch aktuelle Ereignisse oder Termine, Aufträge von Kollegen oder dem Chef spielen in weniger als der Hälfte der Fälle eine Rolle. Die Quellen der Journalisten sind hauptsächlich das Internet, Pressetermine, Interviews und Aussendungen. Die Rechercharbeit wird als sehr wichtig empfunden und ist eine der wichtigsten Säulen des Berufs. Die Rolle von unlauteren Recherchemethoden ist dabei nicht ganz klar, viele Befragten denken aber, dass diese zum Beruf gehören.

Seinen Arbeitstag verbringt der ideale Journalist meist im Büro, wenn er außerhalb der Redaktion ist, nimmt er Termine wahr oder recherchiert. Kritik gehört zum Beruf wie auch die Recherche. Kritik zu üben ist eine wichtige Aufgabe für den idealen Journalisten, doch muss er auch damit umgehen können, dass andere ihn für seine Arbeit kritisieren.

---

<sup>155</sup> Anm.: Der überwiegende Anteil an Printjournalisten wird sicher auch daher kommen, dass der Fragebogen an vier Tageszeitungsredaktionen geschickt wurde. Repräsentativ ist diese Auswahl sicher nicht, das war jedoch auch nicht Ziel dieser Arbeit. Der überwiegende Anteil an Printjournalisten ist aber in der Hinsicht kein Fehler, da die drei in der Analyse untersuchten Journalistinnen allesamt bei Zeitungen tätig sind.

**H2-1:** Ehrgeiz, Selbstbewusstsein, Engagement und Pflichtbewusstsein werden als wichtige bis sehr wichtige Eigenschaften für Journalisten eingestuft.

Diese Hypothese kann verifiziert werden.

Im Mittel bewerteten die Jungjournalisten Ehrgeiz mit 1,49, Selbstbewusstsein mit 1,55, Engagement mit 1,22 und Pflichtbewusstsein mit 1,9. Alle vier Eigenschaften liegen daher im Durchschnitt zwischen den „sehr wichtigen“ und „wichtigen“ Eigenschaften, wobei dem Pflichtbewusstsein ein geringerer Stellenwert zukommt als angenommen.

**H2-2:** Die Themen, über die ein Journalist berichtet, werden ihm am häufigsten von anderen Redaktionsmitgliedern zugeteilt.

Diese Hypothese muss widerlegt werden.

Die Themenfindung über Aufträge vom Chef oder anderen Redaktionsmitgliedern scheint nur an dritter Stelle aller Möglichkeiten auf und wurde von mehr Befragten für „häufig“ als für „sehr häufig“ gehalten. Am häufigsten geschieht die Themenfindung durch aktuelle Ereignisse.

**H2-3:** Journalisten müssen kritisieren können und mit Kritik umgehen können.

Diese Hypothese kann verifiziert werden.

Eine überwältigende Mehrheit der Befragten (85,2 Prozent) war der Meinung, dass Kritik eine der Aufgaben von Journalisten ist, diese sich aber auch kritisieren lassen können müssen.

**H2-4:** Die meiste Zeit des Tages verbringt ein Journalist in der Redaktion.

Diese Hypothese kann verifiziert werden.

Die Mehrheit der Befragten (63,4 Prozent) denkt, dass ein Journalist den überwiegenden Teil seines Arbeitstages in der Redaktion verbringt. Das bedeutet aber nicht, dass Recherchen oder Termine nicht auch außerhalb stattfinden und wahrgenommen werden.

### **5.3.3 Unterschiede zwischen Befragten mit und ohne journalistische Praxis**

Bei der Anzahl der Befragten überwiegen jene mit Praxis deutlich gegenüber jenen ohne journalistische Erfahrungen (87 gegen 17 Personen). Bei den Antworten lassen sich teils deutliche Unterschiede ausmachen, teils haben aber auch beide Gruppen gleiche

Vorstellungen. Dadurch kann man also feststellen, dass die Befragten mit journalistischen Erfahrungen ihre realen Erlebnisse nicht immer von ihren Vorstellungen trennen konnten, sondern beides vermischt wurde.

Das Verhältnis zwischen den Journalisten stellen sich die Befragten ohne Praxis eindeutig weniger freundschaftlich vor, als jene, die bereits journalistisch tätig waren. An ein freundschaftliches und von Teamarbeit geprägtes Verhältnis glauben insgesamt 58,1 Prozent, von jenen mit Praxis 63,2 Prozent, von jenen ohne Praxis aber nur 29,4 Prozent. Dass Journalisten Einzelkämpfer und einander gleichgültig sind, denken 11,8 Prozent der Befragten ohne Praxis, aber nur 2,3 Prozent der Befragten mit Praxis. Auch das Konkurrenzdenken ist bei jenen ohne Praxis um einiges ausgeprägter als bei den Befragten mit journalistischer Erfahrung: 9,2 Prozent stehen 23,5 Prozent gegenüber.

Geht es um für Journalisten wichtige Eigenschaften, haben die Befragten zum Teil sehr ähnliche, teils aber auch abweichende Vorstellungen. So halten die Befragten ohne journalistische Praxis Ehrgeiz, Entschlossenheit, Selbstbewusstsein, Mut, Stressresistenz und die Fähigkeit zur Teamarbeit für ein wenig wichtiger als jene mit journalistischer Praxis. Die Wichtigkeit von Kreativität wird dafür von jenen mit Praxis ein wenig höher eingeschätzt als von jenen ohne Praxis. Deutlich fallen hingegen die Unterschiede bei Moral und Idealismus aus. Während fast ein Drittel (31 Prozent) der bereits als Journalist tätig gewesenen Befragten Idealismus für „sehr wichtig“ hält, denkt das nur etwa ein Zehntel (11,8 Prozent) von den Befragten, die keine praktischen Erfahrungen aufweisen. Auch der Mittelwert unterscheidet sich hier recht deutlich: 2,39 (mit Praxis) gegenüber 3 (ohne Praxis). Noch klarer fällt der Unterschied bei der Eigenschaft Moral aus. 28,2 Prozent der Befragten mit Praxis halten Moral für „wichtig“, selbiges tun aber nur 17,7 Prozent jener ohne Praxis. Die meisten Befragten ohne Praxis (29,4 Prozent) schätzen Moral als „weniger wichtig“ ein. Die Mittelwerte liegen bei 2,39 (mit Praxis) und bei 3,12 (ohne Praxis).

Die Themenfindung der Journalisten verläuft bei beiden Befragtengruppen recht ähnlich. Der gravierendste Unterschied ist, dass die Befragten ohne Praxis häufiger denken, dass Journalisten Themen als Aufträge von ihrem Chef oder Kollegen zugeteilt bekommen, als die Befragten mit Praxis. Auch den Anteil an eigenen Ideen schätzen die Befragten ohne Praxis höher ein als jene mit (34,9 Prozent der Personen mit journalistischen Erfahrungen glauben, dass eigene Ideen „manchmal“ zur Themensuche beitragen, 47,5 Prozent der

Personen ohne journalistische Erfahrungen denken, dass diese „häufig“ bei der Themenfindung eine Rolle spielen).<sup>156</sup> Interessant sind auch die Unterschiede zwischen der Einschätzung von der Wichtigkeit von aktuellen Geschehnissen und Informanten. Die Befragten ohne Praxis schätzen die aktuellen Ereignisse wichtiger ein als jene mit Praxis (94,1 Prozent gegenüber 74,4 Prozent halten diese für „sehr häufig“). Den Informanten wird dagegen von den Befragten mit Praxis eine größere Rolle zugeschrieben (35,2 Prozent denken, dass diese „häufig“ an der Themenfindung beteiligt sind) als von jenen ohne Praxis (für 47,1 Prozent spielen Informanten „manchmal“ eine Rolle).

Bei den drei wichtigsten journalistischen Quellen sind sich die Befragtengruppen recht einig – nur die Reihenfolge der Quellen ist unterschiedlich. Bei den Befragten mit Praxis steht das Internet mit 61,2 Prozent an vorderster Stelle, gefolgt von Interviews und Presse-terminen mit je 52,9 Prozent. Befragte ohne Praxis sehen Pressetermine mit 64,7 Prozent auf Platz eins, gefolgt vom Internet mit 58,8 Prozent und Interviews mit 52,9 Prozent. Außerdem finden Befragte mit Praxis Behörden, Parteien und Organisationen etwas wichtiger als Befragte ohne Praxis. Diese schätzen dafür die Rolle von Datenbanken und Archiven höher ein. Interessant ist auch, dass Informanten für 14,1 Prozent der Personen mit journalistischer Praxis zu den wichtigsten Quellen gehören, aber nur für 5,9 Prozent der Personen ohne journalistische Praxis. Keine gewichtige Rolle spielen für diese auch Bücher und andere Medien als Quellen – für beide stimmte kein einziger Befragter ohne Praxis, während 7,1 bzw. 9,4 Prozent der Befragten mit Praxis diesen Möglichkeiten ihre Stimme gaben.

Recherche als journalistische Grundsäule nahmen 80,7 Prozent der Befragten mit Praxis und 64,7 Prozent der Befragten ohne Praxis wahr. Eine fast um das Vierfache größere Zustimmung (23,5 gegen sechs Prozent) erhielt bei den Befragten ohne Praxis dafür die Aussage: „Recherchiert wird nur, wenn es sein muss. Viele Informationen bekommt man ja ohnehin „auf dem Silbertablett serviert.“ Bei der Verwendung von illegalen Recherchemethoden stimmten beide Befragtengruppen eher dafür als dagegen. Das „Ja“ und das „Nein“ fielen bei den Befragten ohne Praxis jedoch deutlicher aus als bei den Befragten mit Praxis.

---

<sup>156</sup> Anm.: Die Vorstellung von Befragten ohne Praxis ist in diesem Punkt dem Rollenbild der TV-Serie ähnlich, wo Aufträge von Vorgesetzten oder eigene Ideen eine große Rolle bei der Themenfindung spielen.

Konträre Ergebnisse gab es bei der Frage nach dem journalistischen Alltag. Die Mehrheit (66,3 Prozent) der Befragten mit Praxis denkt, dass Journalisten ihren Alltag überwiegend in der Redaktion verbringen, die Mehrheit (52,9 Prozent) der Befragten ohne Praxis denkt genau das Gegenteil. Vor allem hier könnte der Einfluss der realen Erlebnisse bei den Befragten mit Praxis eine große Rolle gespielt haben.

Fast ident waren die Angaben der Befragtengruppen zur Kritikfunktion und der Beachtung fiktiver Journalistenbilder. Auch beim Umgang mit den fiktiven Bildern waren die Antworten recht ähnlich, aufgefallen ist nur, dass immerhin 3,6 Prozent der Befragten mit Praxis „zugegeben“ haben, dass sie die fiktiven Bilder zur Orientierung verwenden, aber kein einziger Befragter ohne Praxis. Dennoch unterstellen beide Gruppen anderen Menschen in großem Ausmaß (41 und 35,3 Prozent) dieses Verhalten.

Die Bekanntheit der drei analysierten Fernsehserien ist bei beiden Gruppen in etwa gleich. Auffallend ist, dass die Befragten ohne journalistische Praxis die dargestellten Journalistinnen durchwegs realistischer fanden als die Befragten mit Praxis. Gleichzeitig fanden auch weniger Befragte ohne Praxis die Figuren unrealistisch.



## 6. DIE JOURNALISMUSBILDER IM VERGLEICH

In diesem Kapitel werden die beiden erhaltenen Journalismusbilder verglichen und somit die Kernfrage dieser Arbeit zu beantworten versucht. Zunächst werden dabei die festgestellten Gemeinsamkeiten berücksichtigt, danach die Unterschiede aufgezeigt und Erklärungen dafür gesucht.

### 6.1 Gemeinsamkeiten der Journalismusbilder

Die Eigenschaften, die einem Journalisten zugeschrieben werden, ähneln sich sehr stark. Sowohl für die Fernsehfiguren als auch bei der Idealvorstellung spielen Eigenschaften wie Engagement, Hartnäckigkeit, Ehrgeiz, Selbstbewusstsein und Entschlossenheit eine große Rolle. Wichtige Eigenschaften, die aufgrund der Erhebungsmethode nicht richtig verglichen werden können<sup>157</sup>, sind deswegen aber nicht zwangsläufig unterscheiden müssen, sind etwa Kreativität, Stressresistenz und Neugier, die bei der Befragung als wichtig angegeben wurden, und Vernunft und Egozentrik, die bei der Analyse festgestellt wurden. Letzteres wäre wohl nur schwer zu erheben gewesen, kann jedoch indirekt abgeleitet werden: Hilfsbereitschaft und die Fähigkeit zur Teamarbeit wurden von den Befragten als eher unwichtig eingeschätzt, man könnte also dahingehend interpretieren, dass Journalisten sich hauptsächlich auf sich selbst konzentrieren.

Stressresistenz und Kreativität konnten bei der Analyse nicht in dem Umfang festgestellt werden, dass sie zu den wichtigsten Eigenschaften gezählt hätten. Es gab jedoch durchaus Folgen, in denen die Hauptperson beruflichem Stress ausgesetzt war und mit diesem umgehen musste. Kreativität kam in den Serien insofern vor, dass die Journalistinnen eigene Ideen und Geschichten liefern mussten. Dies wurde jedoch eher in den Ergebnissen mit der Gesamtumschreibung „Engagement“ ausgedrückt, welche auch die Neugier umfasste.

Vernunft wiederum wurde als „Pflichtbewusstsein“ abgefragt, welches bei der Wichtigkeit eher weit vorne rangierte.

Konkurrenz spielt beim Fernsehbild und bei der Idealvorstellung eine eher untergeordnete Rolle, ein freundschaftliches und kollegiales Bild dominiert bei beiden. Abgesehen davon war das Verhältnis zwischen den Journalisten in den analysierten Fernsehserien aber sehr

---

<sup>157</sup> Anm.: Es handelt sich dabei um Werte, die entweder so nicht gefragt oder in einem anderen Wort zusammengefasst wurden.

von den handelnden Personen abhängig. Dafür spricht auch, dass immerhin über ein Viertel der Befragten angab, dass Journalisten zwar prinzipiell freundlich zueinander sind, aber nur im Notfall zusammenarbeiten. Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass sowohl beim Fernsehbild als auch bei der Idealvorstellung das Verhältnis zwischen den Journalisten prinzipiell freundschaftlich und kollegial, jedoch auch personenabhängig ist und dass Konkurrenz generell eine eher geringe Rolle spielt.

Recherche ist sehr wichtig und zwar im Fernsehen genauso wie im Idealbild. Die Journalistinnen in den Fernsehserien recherchierten allesamt sehr gründlich und legten größten Wert auf Fakten und Beweise sowie dass ihre Geschichten auch voll der Wahrheit entsprechen. Bei der Befragung stimmten fast 80 Prozent dafür, dass Recherche das wichtigste Element des Berufs ist und eine Berichterstattung überhaupt erst ermöglicht.

Ob Journalisten auch mit illegalen Recherchemethoden arbeiten, war in den Fernsehserien ähnlich unklar wie bei der Befragung. Zwar stimmten 44 Prozent dafür, jedoch auch 32,7 Prozent dagegen und 22,8 Prozent enthielten sich einer Aussage. Bei den Serien machten Rory Gilmore und Sabrina Spellmann eigentlich den Eindruck, mit legalen Mitteln zu arbeiten, während Chloe Sullivan durchaus auch hie und da zu unlauteren Methoden griff. Eine der wichtigsten Quellen für Journalisten war sowohl im Fernsehen als auch bei der Befragung das Internet. Sonst gab es tendenziell eher Unterschiede bei den Quellen.

Gemeinsamkeiten gab es auch beim Arbeitsalltag der Journalisten. Die Fernseh-Jungjournalisten verbrachten die überwiegende Zeit des Tages in der Redaktion, wo recherchiert und geschrieben wurde. Außerhalb nahmen sie Termine wahr oder führten besondere Recherchen durch. Dies war auch für die Mehrheit der befragten jungen und angehenden Journalisten (63,4 Prozent) die Vorstellung vom Berufsalltag.

Klare Ähnlichkeiten hatten die Journalismusbilder auch beim Punkt Kritik. In den Serien wurde immer wieder thematisiert, dass Kritik eine der Aufgaben von Journalisten ist. Es wurde jedoch auch gezeigt, dass Journalisten selbst mit Kritik an ihrer Arbeit rechnen und damit umgehen können müssen. Bei der Befragung zeigte sich ein sehr ähnliches Bild: Mehr als vier Fünftel (85,2 Prozent) gaben an, dass Kritik in ihrer Idealvorstellung zum Beruf dazugehört und zwar sowohl aktiv (Kritik üben) als auch passiv (kritisiert werden).

## 6.2 Unterschiede der Journalismusbilder

Nicht nur bei den Gemeinsamkeiten, sondern auch bei den Unterschieden finden sich die Eigenschaften des Journalisten. Hauptsächlich davon betroffen ist die Eigenschaft „Idealismus“. Während diese Eigenschaft bei Serienjournalisten als eher wichtig galt, ist dies in der Idealvorstellung nicht der Fall: Idealismus ist eine Eigenschaft, die für den idealen Journalisten auf der Wichtigkeitsskala einen Mittelwert einnimmt.

Begründen kann man dies vermutlich damit, dass in das Idealbild reale Erfahrungen eingeflossen sind bzw. Jungjournalisten selbst bei ihren Vorstellungen „realistischer“ sind als klischierte Fernsehbilder. Über das Fernsehen werden Stereotype, Klischees und Ideale transportiert, Idealismus passt dabei gut in das allgemein positive Journalismusbild der drei analysierten Serien: Journalisten haben Werte, stehen dazu und vertreten diese hartnäckig, so die Botschaft der Serien. Dass es in der Realität nicht immer so sein kann, ist klar – egal, ob man den Beruf nun schon selbst „erlebt“ hat oder nicht. Kulturtechnisch (amerikanische Serien verglichen mit österreichischen Vorstellungen) könnte hier zusätzlich ein Unterschied eine Rolle spielen: In den USA ist das Bekenntnis zu Kritikerrolle im Journalismus bedeutend höher. 71 Prozent der amerikanischen Journalisten sehen es als ihre Aufgabe, die Regierung zu kontrollieren, in Österreich ist das nur bei knapp einem Drittel der Journalisten der Fall.<sup>158</sup> Gerade für die Rolle des Kritikers ist Idealismus sicher eine nicht unerhebliche Eigenschaft.

Unterschiedlich sind die Journalismusbilder auch, was die Situation der Themenfindung angeht. Während die Serienjournalistinnen die Themen für ihre Beiträge vorwiegend entweder von ihren Vorgesetzten zugewiesen bekommen oder diese selbst finden, sieht die Lage für den idealen Journalisten der Befragten anders aus. Dieser kommt hauptsächlich durch aktuelle Ereignisse oder Pressetermins/Aussendungen zu seinen Themen, Aufträge von Vorgesetzten oder eigene Ideen kommen erst auf den Plätzen drei und vier.

Eine Erklärung dafür könnte hier wieder sein, dass die Vorstellungen der Jungjournalisten sich mit ihren realen Erfahrungen vermischt haben und so die realistischsten Möglichkeiten (Aktuelles, Pressetermins und –aussendungen) als die häufigsten Arten der Themenfindung eingeschätzt wurden. Dass der unterschiedliche Kulturraum hier eine Rolle gespielt haben dürfte, ist eher unwahrscheinlich – Journalisten berichten, egal ob in Amerika oder in Europa, am meisten über aktuelle Ereignisse. In Fernsehserien lässt sich nur besser

---

<sup>158</sup> Vgl. Kaltenbrunner et al., 2008, S. 23.

darstellen, wie der Journalist von einem Vorgesetzten ein Thema zugeteilt bekommt und eventuell darüber diskutiert oder wie er sich selbst ein Thema überlegt, als wie er eine Aussendung über einen unspektakulären Bankraub bekommt und über diesen berichtet.

Bei den Quellen gab es – abgesehen von der häufigsten Quelle – wiederum Unterschiede zwischen Serien- und Idealbild. Zu den Quellen der Serienjournalistinnen zählen neben dem Internet Datenbanken, Behörden und Interviews. Zu den Quellen des idealen Journalisten zählen nach dem Internet zwar auch Interviews, weiters spielen aber auch Pressternine und Aussendungen eine wichtige Rolle. Erst dann folgen Behörden und Datenbanken.

Diese Differenzen lassen sich wohl – wie die vorigen beiden Unterschiede mit dem Einfluss der realen Erfahrungen sowie der klischierten Darstellung im Fernsehen erklären. Im Ideal des Fernsehens wartet der Journalist nicht auf Aussendungen oder Termine, er sucht sich seine Geschichten, kontaktiert Behörden und recherchiert selbst in Datenbanken. In der Realität, die von Jungjournalisten ziemlich sicher in ihr Ideal einbezogen wurde, werden Journalisten mit Aussendungen und Pressterninen regelrecht überschwemmt, sodass die Gelegenheiten, selbst zu recherchieren und Geschichten zu finden beschränkt sind. Ob hier kulturelle Unterschiede ausschlaggebend sein könnten, ist unklar, aber eher unwahrscheinlich.

## **6.3 Beantwortung der Forschungsfragen und Interpretation der Ergebnisse**

**FF3:** Was für Gemeinsamkeiten und Unterschiede haben das TV-Rollenbild und die Idealvorstellung? Wie kann man diese erklären?

Das TV-Rollenbild und die Idealvorstellung weisen Gemeinsamkeiten bei den wichtigen Eigenschaften (Ehrgeiz, Engagement, Selbstbewusstsein, Hartnäckigkeit, etc.), dem Verhältnis zwischen den Journalisten (eher freundschaftlich, Konkurrenzdenken ist gering), dem hohen Stellenwert von Recherche, der wichtigsten Quelle (=das Internet), dem Arbeitsalltag (findet überwiegend in der Redaktion statt) und der großen Bedeutung von Kritik im Journalismus (aktiv wie passiv) auf.

Unterschiede gibt es hinsichtlich der Eigenschaft Idealismus (sie wird in der Idealvorstellung weniger wichtig genommen als im TV-Rollenbild), den weiteren journalistischen

Quellen (im Fernsehen sind dies Interviews, Behörden und Datenbanken, während es im Ideal Interviews, Pressetermine und Aussendungen sind) sowie der Art der Themenfindung (im Ideal am häufigsten durch aktuelle Geschehnisse, Pressetermine und –aussendungen, im Fernsehen durch Aufträge vom Vorgesetzten und eigene Ideen). Begründen lassen sich alle diese Unterschiede meist durch den Einfluss der erlebten Realität auf die Idealvorstellung der Befragten (fast 84 Prozent haben schon praktische Erfahrungen im Journalismus gemacht), nur in einem Fall konnte eine mögliche kulturelle Ursache ausgemacht werden.

**H3-1:** Das Rollenbild der TV-Serien und die Idealvorstellung weisen mehrere Gemeinsamkeiten auf.

Die Hypothese kann verifiziert werden.

Die Gemeinsamkeiten zwischen dem Rollenbild der Fernsehserien und der Idealvorstellung der jungen und angehenden Journalisten sind zahlreich – es gibt etwa doppelt so viele Gemeinsamkeiten wie Unterschiede.

**H3-2:** Auftretende Unterschiede lassen sich größtenteils durch den unterschiedlichen Kulturraum erklären.

Die Hypothese muss widerlegt werden.

Die naheliegendste Erklärung für die Unterschiede zwischen dem Journalismusbild im Fernsehen und in dem in der Vorstellung der Jungjournalisten ist der Einfluss der realen Erfahrungen auf die Antworten. Dass kulturelle Unterschiede zwischen dem amerikanischen und dem österreichischen Journalismus hier ausschlaggebend wären, kann nur in einem Fall vermutet werden.

**FF4:** Wie nehmen junge Journalisten und jene, die diesen Beruf anstreben, die fiktiven Bilder wahr und beurteilen sie?

Fiktive Journalistenbilder sind für die Mehrheit der Befragten nicht interessanter als andere fiktive Bilder. Die Beachtung der Bilder ist unterschiedlich und schwankt zwischen besonderer Aufmerksamkeit und Gleichgültigkeit. Mehrheitlich geben die Jungjournalisten an, die Bilder objektiv mit der Realität zu vergleichen. Auch bei anderen jungen Journalisten wird dies als häufigste Art des Umgangs eingeschätzt.

Die untersuchten Serien werden von den Jungjournalisten im Hinblick auf die journalistischen Erfahrungen der betroffenen Figuren als eher unrealistisch eingeschätzt. Am besten schneidet noch Rory Gilmore ab, die von fast 22 Prozent der Befragten als realistisch eingestuft wird. Am schlechtesten schneidet Sabrina Spellmann ab: 62 Prozent finden ihre journalistischen Erfahrungen unrealistisch.

**H4-1:** Junge und angehende Journalisten achten besonders auf fiktive Journalistenbilder und verwenden diese als Orientierungshilfe.

Diese Hypothese kann weder verifiziert noch widerlegt werden.

Dass junge und angehende Journalisten die fiktiven Bilder besonders beachten, stimmt nicht. Die Mehrheit beachtet sie nicht sonderlich oder bemerkt sie gar nicht erst. Die Antworten der Befragten auf die Frage nach dem eigenen Umgang und dem Umgang anderer mit fiktiven Journalismusbildern lassen sowohl auf einen Third-Person-Effekt als auch auf sozial erwünschte Antworten schließen. Knapp drei Prozent der Befragten gab an, die Bilder als Orientierungshilfe zu verwenden, fast 41 Prozent glauben aber, dass andere so handeln. Wie die Jungjournalisten nun tatsächlich mit den fiktiven Bildern umgehen, also ob diese eine Orientierung oder ein Vorbild für sie darstellen, bleibt ungewiss – die Hypothese muss daher unbeantwortet bleiben.

Die Gründe und Interpretationsmöglichkeiten für dieses Ergebnis sind zahlreich: Zum einen ist da die soziale Erwünschtheit, also dass keiner gerne angibt, sich am Fernsehen zu orientieren. Zum anderen ist vielen wahrscheinlich einfach nicht bewusst, dass sie das tun, weil man sich selbst nicht im Klaren darüber sein muss, wie verschiedene Dinge auf einen wirken bzw. dass diese Dinge einen überhaupt beeinflussen. Möglicherweise hielten sich viele Befragte auch schon für zu erfahren, um noch eine „Orientierungshilfe“ zu brauchen und somit war die Formulierung ein „Stolperstein“ bei der Beantwortung. Wäre es so, könnten sich andere Leute, die weniger Erfahrung haben, aber durchaus noch Anregungen aus dem Fernsehen holen.

Interessant ist, dass nur ein einziger Befragter, der angab, die Serien zur Orientierung zu verwenden, auch eine der untersuchten Serien realistisch fand. Beim Umgang anderer mit den Journalistenbildern zeigte sich ein etwas anderes Bild: Hier gaben mehr Leute, die die Serien auch als realistisch empfinden, an, dass andere die Serienbilder als Orientierungshilfe verwenden. Im Großen und Ganzen stimmten aber auch diese Leute eher dafür, die Bilder objektiv mit der Realität zu vergleichen. Auffallend ist auch beim Umgang anderer mit den Journalistenbildern, dass viele Leute, die die Serien als nicht realistisch einstufen,

dennoch der Meinung sind, dass andere sie als Vorbild oder zur Orientierung verwenden. Dies würde für das Argument sprechen, dass man sich selbst für zu erfahren hält, gleichzeitig aber denkt, dass andere dies nicht sind und sich daher durchaus an den TV-Bildern orientieren könnten.

**H4-2:** Junge und angehende Journalisten lehnen fiktive Bilder als unrealistisch ab.

Die Hypothese muss widerlegt werden.

Zwar geben einige Befragte an, die Bilder selbst als unrealistisch zu verwerfen (knapp 15 Prozent) und knapp sechs Prozent glauben, dass auch andere so handeln – dennoch ist diese Zahl zu gering, um die Hypothese zu bestätigen.

Doch was sagen diese Ergebnisse nun aus? Beeinflussen die Fernsehbilder die Idealvorstellungen oder nicht? Diese Frage lässt sich vielleicht am ehesten mit „Jein“ beantworten. Genaue Beweise für ein „Ja“ oder ein „Nein“ gibt es nicht, es war aber auch nicht Ziel der vorliegenden Arbeit, zu einem allgemeingültigen Ergebnis zu kommen. Tendenziell könnte man aufgrund der vielen Gemeinsamkeiten der beiden Rollenbilder annehmen, dass das Fernsehen sich sehr wohl auf die Idealvorstellung auswirkt. Die Rollenbilder stimmen in vielem überein und dass Fernsehbilder durchaus zur Orientierung verwendet werden können, zeigen die Schätzungen, was den Umgang mit fiktiven Journalistenbildern anderer angeht. Tatsächlich beantworten lässt sich die Frage aufgrund des Third-Person-Effekts nicht, da die Befragten leugnen, selbst so zu handeln. Diese Leugnung in Zusammenhang mit dem hohen Grad, mit dem anderen dieses Verhalten zugeschrieben wird, kann man aber auch als Zeichen dafür interpretieren, dass die Fernsehbilder einen Einfluss auf die Idealvorstellungen haben.

Dagegen könnte sprechen, dass die Befragten nach ihren realen Erfahrungen geantwortet haben und dass gleichzeitig auch die Serien sehr viel näher an der Realität sind, als dies von den Jungjournalisten angenommen wird. Da in dieser Arbeit aber nicht die tatsächlichen, realen Bedingungen im Österreichischen Journalismus untersucht wurden, ist dies lediglich eine Vermutung. Ein Argument gegen die Beeinflussung ist auch, dass das Journalistenbild der Befragten ohne Praxis eine Spur deutlicher von TV-Rollenbild abweicht als das der Journalisten mit Praxis. Gleichzeitig fanden diese die Serien aber realistischer, was wieder für die These der Beeinflussung spricht.

In Verbindung mit den weiter oben beschriebenen Erklärungen für den Third-Person-Effekt kommt die Autorin jedenfalls zu dem Schluss, dass die Frage nach der

Beeinflussung im Rahmen dieser Arbeit zwar weniger genau als gewünscht, tendenziell aber sehr, sehr vorsichtig mit „Ja“ beantwortet werden kann: Eine Beeinflussung liegt aufgrund der Fakten nahe, tatsächlich im Rahmen dieser Untersuchung nachgewiesen werden kann sie aber nicht.

## 7. RESÜMEE UND AUSBLICK

Journalismus ist ein vielfältiges Gebiet: Es geht dabei um die Tätigkeit, um die handelnden Personen, um die Wirkung auf die Gesellschaft, um die Aufgaben der Journalisten und vieles mehr. Schon die Geschichte und die Entstehung des Journalismus haben gezeigt, dass es die verschiedensten Entwicklungen gab und sich der Journalismus dem jeweiligen Zeitgeist unterwarf bzw. unterwerfen musste und einen Wandel durchgemacht hat. So entstanden auch verschiedene journalistische Rollenbilder, die voneinander abgegrenzt werden, aber einander in der Praxis durchaus überschneiden können: der Informationsjournalismus mit dem Journalisten als objektivem Vermittler, der investigative Journalismus, der Missstände und Verborgenes aufdecken will und so eine Kontrollfunktion innehat, der interpretative Journalismus, der erklären, Hintergründe und Zusammenhänge offenlegen will, der sozialwissenschaftliche Journalismus, der durch wissenschaftliche Recherchemethoden objektivieren möchte, der New Journalism, der sehr subjektiv und eng mit der Literatur verwandt ist sowie der Unterhaltungsjournalismus, zu dem der Boulevard-, der Ratgeber sowie der Unterhaltungsjournalismus zählen.

1:1 auf die Praxis umlegen lassen sich die wissenschaftlichen Rollenbilder nicht. Eine repräsentative Umfrage unter österreichischen Journalisten ergab, dass die Mehrheit (70 Prozent) sich dem objektiven Vermittler zuordnet. Dann folgen Entertainer und Ratgeber sowie an letzter Stelle mit knapp über zehn Prozent der Kritiker. Gewissenskonflikte gehören für fast ein Drittel der Journalisten zur Realität des Berufs, unlautere Recherchemethoden werden je nach Methode von bis zu über zwei Dritteln abgelehnt, sind jedoch für den Rest (je nach Methode zwischen 75 und 26 Prozent) entweder je nach Einzelfall, prinzipiell oder auf jeden Fall gerechtfertigt.

Ganz allgemein gestaltet sich das Leben der Journalisten in der Praxis als vielfältig und nicht immer so träumerisch wie in diversen Vorstellungen. Tollen Möglichkeiten und Kontakte, immer der Erste zu sein, der von Neuigkeiten erfährt, ein spannender Berufsalltag sowie in der Öffentlichkeit Themen setzen zu können stehen zwar auf der Seite der Vorteile, doch Stress, Budgetknappheit, Dienste und Extremfälle zu den unpassendsten Zeiten etwa beschränken den Traumberuf. Auch Journalist zu werden ist nicht einfach, zu viele junge Menschen drängen in die Branche und weder der Zugang noch die Ausbildung sind in Österreich klar geregelt. Dazu kommen neue Anforderungen für die Journalisten – sie müssen ihr Aufgabengebiet verbreitern, immer mehr Fähigkeiten mitbringen.

Auch im Fernsehen ist Journalismus häufig ein Thema. In vielen Filmen und Fernsehserien gehören Journalisten zu den Hauptfiguren. Und wie die Forschung längst gezeigt hat, bieten gerade Fernsehserien durch ihre Regelmäßigkeit und ihre Langlebigkeit ein hervorragendes Identifikationspotenzial. Je nach objektiven Kontextbedingungen und subjektiven Vorbedingungen des Rezipienten nimmt dieser die gezeigten Fernsehbilder wahr und entschlüsselt sie dementsprechend, konstruiert seine Wahrnehmung also aktiv mit. Die Serienfiguren nützt er zur Identifikation, baut parasoziale Beziehungen zu ihnen auf und vergleicht sie mit seiner Sicht der Welt, übernimmt vielleicht auch Ansichten und Vorstellungen.

Die drei untersuchten Serien handeln allesamt von jungen Journalistinnen. Sie sind dabei, ihre Ausbildung abzuschließen und machen erste Erfahrungen in der Praxis. Bei der Analyse zeigte sich, dass die vermittelten Rollenbilder nicht so unrealistisch sind, wie vielleicht vermutet. Journalisten werden als ehrgeizige, engagierte, selbstbewusste und hartnäckige Menschen dargestellt, die ihren Beruf sehr lieben und auch mit ihren Arbeitskollegen zumeist gut auskommen. Ihre Geschichten entstehen meist durch Aufträge von Vorgesetzten oder eigene Ideen, zu den wichtigsten Quellen gehören das Internet, Datenbanken, Behörden und Interviews. Recherche wird als extrem wichtig dargestellt, ebenso wie Kritik, sowohl aktiv als auch passiv, eine große Rolle im Journalismus spielt.

Dieses Rollenbild geht in weiten Teilen konform mit der Idealvorstellung, die bei der Online-Befragung von 105 jungen und angehenden österreichischen Journalisten erhoben wurde. Zu den Unterschieden gehören eine andere Wertigkeit der Eigenschaft Idealismus (in der Serie wurde diese als wichtiger wahrgenommen als in der Befragung), die Art, wie Geschichten entstehen (bei der Befragung waren anders als bei der Analyse die häufigsten Varianten aktuelle Ereignisse sowie Pressetermine und –aussendungen) sowie die wichtigsten Quellen. Beim Internet stimmten Befragung und Analyse zwar überein, die Plätze danach waren jedoch unterschiedlich besetzt: Pressetermine, Interviews und Aussendungen bei der Befragung standen Datenbanken, Behörden und Interviews bei der Analyse gegenüber.

Problematisch war, dass ein bei der Befragung auftretender Third-Person-Effekt die genaue Beantwortung der Grundfrage dieser Arbeit erheblich erschwerte. Eine Beeinflussung der Idealvorstellung durch das Fernsehbild liegt zwar aufgrund der hohen Zahl der Gemeinsamkeiten nahe, kann aber nicht tatsächlich nachgewiesen werden. Da aber

über 40 Prozent der Befragten denken, dass andere junge und angehende Journalisten die Fernsehbilder als Vorbild oder zur Orientierung verwenden, liegt der Schluss nahe, dass dies eine gängige Verhaltensweise sein dürfte – auch wenn die Befragten dies bei sich selbst nicht zugegeben haben. Da es von Anfang nicht Ziel der Arbeit war, ein repräsentatives Ergebnis zu erzielen, sondern lediglich eine Tendenz darzustellen, kam die Verfasserin also zu dem Schluss, eine Beeinflussung ansatzweise festgestellt zu haben, sie aber nicht hundertprozentig beweisen zu können.

Mein persönliches Resümee dieser Arbeit ist, dass das Schreiben, Forschen und Recherchieren eine durchaus interessante und lehrreiche Erfahrung war. Auftretende Probleme wie die Unmöglichkeit, bei der Analyse die genauere Art der Berichterstattung zu erheben oder letztendlich der Third-Person-Effekt, der die Beantwortung von grundlegenden Fragen dieser Arbeit stark erschwerte, mussten gelöst, eingestanden oder auch einfach hingenommen werden. Es wäre sicherlich spannend, noch weiter in diese Richtung zu forschen und zu versuchen, zielsicherere Verfahren und Methoden zu finden, um die Frage nach der Beeinflussung tatsächlich klären zu können.



## 8. LITERATURVERZEICHNIS UND QUELLEN

Boll, Uwe: Die Gattung Serie und ihre Genres. Aachen, 1994.

Bornemann, Dieter: Traumberuf Journalist!? In: Fischer, Heinz M. (Hrsg.): Traumberuf Journalist!? Einsichten und Ansichten, Polemisches und (Selbst)Kritisches. Graz, 2004, S. 9-16.

Brandt, Ulrich: Schiess los! Erzählmuster amerikanischer Fernsehserien. In: Schneider, Irmela (Hrsg.): Serien-Welten. Strukturen US-amerikanischer Serien aus vier Jahrzehnten. Opladen, 1995, S. 52-73.

Brockhaus-Enzyklopädie in vierundzwanzig Bänden, Band 11. 19., völlig Neubearb. Auflage, Mannheim, 1990.

Donsbach, Wolfgang: Kommunikationswissenschaftler ante portas. Journalisten-Einstellungen zur Journalisten-Ausbildung. In: Kepplinger, Hans Mathias (Hrsg.): Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten. Freiburg, München, 1979, S. 210-222.

Duchkowitsch, Wolfgang: Einführung in die Medien- und Kommunikationsgeschichte. Wien, 2001.

Dunst, Ulrich: Wer braucht uns schon... In: Fischer, Heinz M. (Hrsg.): Traumberuf Journalist!? Einsichten und Ansichten, Polemisches und (Selbst)Kritisches. Graz, 2004, S. 17-21.

Fabris, Hans Heinz/ Hausjell, Fritz (Hrsg.): Die vierte Macht. Zur Geschichte und Kultur des Journalismus in Österreich seit 1945. Wien, 1991.

Fabris, Hans Heinz: Der verspätete Aufstieg des Journalismus in der Zweiten Republik. In: Fabris, Hans Heinz/ Hausjell, Fritz (Hrsg.): Die vierte Macht. Zur Geschichte und Kultur des Journalismus in Österreich seit 1945. Wien, 1991, S. 11-27.

Faulstich, Werner: Einführung in die Filmanalyse. Literaturwissenschaft im Grundstudium Band 1, 4. Aufl., Tübingen, 1994.

Faulstich, Werner: Grundkurs Filmanalyse. München, 2002.

Fischer, Heinz M. (Hrsg.): Traumberuf Journalist!? Einsichten und Ansichten, Polemisches und (Selbst)Kritisches. Graz, 2004.

Fischer, Heinz M.: „Ich möchte Journalist werden!“ In: Fischer, Heinz M. (Hrsg.): Traumberuf Journalist!? Einsichten und Ansichten, Polemisches und (Selbst)Kritisches. Graz, 2004, S. 23-35.

Haas, Hannes: Empirischer Journalismus. Verfahren zur Erkundung gesellschaftlicher Wirklichkeit. Wien, Köln, Weimar, 1999.

Hickethier, Knut: Die Fernsehserie und das serielle des Fernsehens. Kultur – Medien – Kommunikation, Lüneburger Beiträge zur Kulturwissenschaft 2. Lüneburg, 1991.

Hickethier, Knut: Film- und Fernsehanalyse. 4., akt. und erw. Aufl., Stuttgart, 2007.

Hollaus, Martin: Der Einsatz von Online-Befragungen in der empirischen Sozialforschung. Erlangen-Nürnberg, Univ., Diss., Aachen, 2007.

Jurga, Martin: Fernsehtextualität und Rezeption. Studien zur Kommunikationswissenschaft Band 41. Opladen, Wiesbaden, 1999.

Kaltenbrunner, Andy/ Karmasin, Matthias/ Kraus, Daniela/ Zimmermann, Astrid: Der Journalisten-Report. Österreichs Medien und ihre Macher, eine empirische Erhebung. Wien, 2007.

Kaltenbrunner, Andy: Das Bild des Journalisten. Wie Funk und Fernsehen Klischees prägen und wie es wirklich ist. In: Reinhard, Christl/ Rudorfer, Silke (Hrsg.): Wie werde ich Journalist/in? Wege in den Traumberuf. Journalismus: Theorie und Praxis, Band 9, Wien u.a., 2007, S. 73-84.

Kaltenbrunner, Andy/ Karmasin, Matthias/ Kraus, Daniela/ Zimmermann, Astrid: Der Journalisten-Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive, eine repräsentative Befragung. Wien, 2008.

Karmasin, Matthias: Journalismus: Beruf ohne Moral? Journalistisches Berufshandeln in Österreich. 2. Aufl., Wien, 1996.

Kepplinger, Hans Mathias (Hrsg.): Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten. Freiburg, München, 1979.

La Roche, Walther von: Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege, Deutschland, Österreich, Schweiz. 17., akt. Aufl., Berlin, 2006.

Lecke, Bodo: „Geschäftsauslagen für Lebensmuster?“ Die Lifestyle-Angebote der soap operas für Jugendliche am Beispiel „Verbotene Liebe“. In: Schäfer, Eva (Hrsg.): Internet.Film.Fernsehen. Zur Nutzung aktueller Medien als Folie für Selbst- und Weltbilder. Ästhetik – Medien – Bildung, Bd.3. München, 2000, S. 135-147.

Lorenz, Dagmar: Journalismus. Stuttgart, Weimar, 2002.

Maier, Michael: Natürlich soll man Journalist werden wollen. In: Fischer, Heinz M. (Hrsg.): Traumberuf Journalist!? Einsichten und Ansichten, Polemisches und (Selbst)Kritisches. Graz, 2004, S. 57-58.

Mast, Claudia (Hrsg.): Handbuch der Journalistenausbildung. Remagen-Rolandseck, 1996.

Mielke, Christine: Zyklisch-serielle Narration. Erzähltes Erzählen von 1001 Nacht bis zur TV-Serie. Berlin, 2006.

Mikos, Lothar: Film- und Fernsehanalyse. Konstanz, 2003.

Möhring, Wiebke/ Schütz, Daniela: Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. Aus der Reihe Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden, 2003.

Pürer, Heinz: Presse in Österreich. Schriftenreihe Medien & Praxis 2. St. Pölten, 1990.

Reinhard, Christl/ Rudorfer, Silke (Hrsg.): Wie werde ich Journalist/in? Wege in den Traumberuf. Journalismus: Theorie und Praxis, Band 9, Wien u.a., 2007.

Schäfer, Eva (Hrsg.): Internet.Film.Fernsehen. Zur Nutzung aktueller Medien als Folie für Selbst- und Weltbilder. Ästhetik – Medien – Bildung, Bd.3. München, 2000.

Schaff, Adam: Stereotypen und das menschliche Handeln. Wien, 1980.

Schneider, Irmela (Hrsg.): Serien-Welten. Strukturen US-amerikanischer Serien aus vier Jahrzehnten. Opladen, 1995.

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

Scholl, Armin: Die Befragung. Sozialwissenschaftliche Methode und kommunikationswissenschaftliche Anwendung. Konstanz, 2003.

Schumann Siegfried: Repräsentative Umfrage. Praxisorientierte Einführung in empirische Methoden und statistische Analyseverfahren. 4., überarbeitete und erw. Aufl., München, 2006.

Taschner, Elisabeth: Stereotype Personendarstellungen in Fernsehserien und ihre Wirkung auf die impliziten Persönlichkeitstheorien des Rezipienten. Wien, Univ., Diss., 1990.

Weischenberg Siegfried (Hrsg.): Journalismus & Kompetenz. Qualifizierung und Rekrutierung für Medienbetriebe. Opladen, 1990.

Weischenberg, Siegfried: Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation, Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. 1. Aufl. 1995, Wiesbaden, Nachdruck 2002.

Weischenberg, Siegfried: Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis, Band 1: Mediensysteme – Medienethik – Medieninstitutionen. 3. Auflage, Wiesbaden, 2004.

Westerbarkey, Joachim/ Büllesbacher, Martin: Publizistik als Sackgasse? Rekrutierungspraxis der Medienbetriebe II: die Karriere von Publizistik-Absolventen. In: Weischenberg Siegfried (Hrsg.): Journalismus & Kompetenz. Qualifizierung und Rekrutierung für Medienbetriebe. Opladen, 1990, S. 261-270.

#### Quellen (in Klammer der Originaltitel)

##### *Gilmore Girls*

##### 4. Staffel:

4.08: Neue Freunde, neue Feinde (Die, Jerk)

4.10: Eine heimliche Affäre (The Nanny and the Professor)

4.16: Trauerfall (The Reigning Lorelai)

##### 5. Staffel:

5.06: Tanz der Hormone (Norman Mailer, I'm Pregnant)

5.12: Süße Stunden (Come Home)

5.20: Das perfekte Paar (How many Kropogs to Cape Cod?)

5.21: Kurzschluss (Blame Booze and Melville)

##### 6. Staffel:

6.09: Die verlorene Tochter (The Prodigal Daughter Returns)

6.12: Hochzeitsstress (Just Like Gwen and Gavin)

6.13: Ein fast perfektes Dinner (Friday Night's Alright for Fighting)

6.14: Hausverbot (You've been Gilmored)

##### 7. Staffel:

7.06: Essen macht fertig (Go, Bulldogs!)

7.07: Stadt der Liebe (French Twist)

7.16: Schiff ahoi! (Will You Be My Lorelai Gilmore?)

7.22: Die letzte Klappe (Bon Voyage)

### **Smallville**

5. Staffel:

5.05: Schwarze Schwestern (Thirst)

5.13: Nichts mehr wie es war (Vengeance)

5.20: Dankbarkeitsmord (Fade)

6. Staffel:

6.02: Luftwaffe (Sneeze)

6.06: Raya von Krypton (Fallout)

6.08: Frequenzwechsel (Static)

6.10: Mit allen Wassern gewaschen (Hydro)

### *Sabrina – Total verhext!*

6. Staffel:

6.05: Radio Chick-Chat (The gift of gab)

6.07: Hex, Lügen und kein Video (Hex, lies and no video tape)

6.11: Wolke zehn (Cloud ten)

7. Staffel:

7.01: Auf Jobsuche (Total Sabrina live)

7.02: Interview mit einem Hohlkopf (The big head)

7.05: Die Ladendiebin (Free Sabrina)

7.14: Perfekt! (Picture Perfect)

## 9. ANHANG

### Fernsehrealität versus Wunschdenken: Journalismusbilder im Vergleich

Eine Analyse verschiedener Fernsehserien mit anschließender Befragung angehender österreichischer Journalisten.

In der Magisterarbeit geht es darum, journalistische Rollenbilder in Fernsehserien zu analysieren und das Journalismus-Ideal von Journalisten zu erfragen. Davon betroffen sind speziell Jungjournalisten, das heißt, dass es sowohl in den Fernsehserien um Jungejournalisten geht als auch an der Befragung nur junge und angehende Journalisten teilgenommen haben. Die grundlegende Frage, der nachgegangen wurde, ist, ob die Fernsehbilder einen Einfluss auf die Idealvorstellung haben.

#### Methode:

Fernsehanalyse von mehreren Folgen „Gilmore Girls“, „Smallville“ und „Sabrina – Total verhext!“ (29 Folgen)

Online-Befragung von jungen und angehenden Journalisten (105 Personen)

#### Forschungsfragen:

- **FF1:** Wie sieht das Rollenbild von Journalisten in den amerikanischen Fernsehserien „Gilmore Girls“, „Sabrina – Total verhext!“ und „Smallville“ aus?
- **FF2:** Was für eine Idealvorstellung von einem Journalisten haben österreichische Nachwuchsjournalisten?
- **FF3:** Was für Gemeinsamkeiten und Unterschiede haben das TV-Rollenbild und die Idealvorstellung? Wie kann man diese erklären?
- **FF4:** Wie nehmen junge Journalisten und jene, die diesen Beruf anstreben, die fiktiven Bilder wahr und beurteilen sie?

#### Ergebnisse:

Das Rollenbild aus den TV-Serien und die Idealvorstellung sind sich erstaunlich ähnlich. Beide gehen von einem ehrgeizigen, engagierten, selbstbewussten und hartnäckigen

Journalisten aus. Das Verhältnis zwischen den Journalisten ist eher freundschaftlich, Konkurrenz gering. Recherche hat einen hohen Stellenwert, auch aktive und passive Kritik sind ein wichtiger Teil des Berufs. Die wichtigste Quelle ist das Internet, der Arbeitsalltag findet hauptsächlich in der Redaktion statt. Unterschiede gibt es hinsichtlich der Eigenschaft Idealismus, weiterer journalistischer Quellen sowie der Art der Themenfindung. Erklären lassen sich die Unterschiede meist durch den Einfluss der realen Erfahrungen auf die Idealvorstellung, in einem Fall könnten kulturtechnische Differenzen eine Rolle spielen.

Die grundsätzliche Frage, ob das Ideal vom TV-Bild beeinflusst wird, konnte durch einen bei der Befragung auftretenden Third-Person-Effekt nicht genau geklärt werden. Es sind aber Ansätze da, die in diese Richtung weisen und eine Beeinflussung nahelegen.

# Lebenslauf

## **Persönliche Daten**

Name: Verena Frank, Bakk.phil  
Geburtsdatum: 15.03.1985  
Geburtsort: Wien  
Staatsbürgerschaft: Österreich  
Familienstand: ledig

## **Ausbildung**

10/2006 – 06/2008 Magisterstudium der Publizistik- und Kommunikations-  
wissenschaft an der Universität Wien  
10/2003 – 08/2006 Bakkalaureatsstudium der Publizistik- und Kommunikations-  
wissenschaft an der Universität Wien  
Schwerpunkt auf Printjournalismus und Öffentlichkeitsarbeit  
06/2003 Matura mit ausgezeichnetem Erfolg bestanden  
1995 – 2003 Realgymnasium in Klosterneuburg