

Zugänglichkeit von Produktions- und Distributionstechnologien für (Medien-)Konsumenten und der damit verbundenen Eröffnung neuer Formen politischen Aktivismus. Sie schließt mit der Erkenntnis »[that] we are indeed part of a deadly global game, not at least because it is all play.«

Imre versteht es, relevante theoretische Reflexionen mit interessanten Fallbeispielen zu verbinden. Scheint man zu Beginn die Verbindung zwischen den so unterschiedlichen Diskursen zu missen, wird schnell klar, dass die Autorin im Konzept des Spiels genau den gewünschten roten Faden gefunden hat.

Auch wenn es sich nicht gerade um leichte Kost handelt, empfiehlt sich die Lektüre allemal, da man eine wohlformulierte und intelligent konzipierte Übersicht über die neuesten und wichtigsten theoretischen Ansätze in Sachen Globalisierung, Transformation und gesellschaftlichen Wandel aus medienwissenschaftlicher Perspektive erhält und gleichzeitig spannender und aus kosmopolitischer Sicht relevanten Analysebeispielen, die in manchen Fällen gänzlich neu und unerwartet sind, konfrontiert wird.

Anne Kaun

Andy Kaltenbrunner / Matthias Karmasin / Daniela Kraus / Astrid Zimmermann

Der Journalisten-Report II

Österreichs Mediennmacher und ihre Motive

Eine repräsentative Befragung

Mitarbeit: Judith Leitner

Wien: Facultas, 2008. – 191 S.

ISBN 978-3-7089-0321-7

„Journalisten-Bericht“ lautete der Titel einer Untersuchung von Andreas Johannes Wresand, die 1977 im Verlag des ehemaligen Berliner Publizistikstudenten Volker Spiess erschien. Die-ser frühen empirischen Erhebung ist inzwischen eine dreistellige Anzahl von einschlägigen Berufsstudien gefolgt. Das nützlichste deutsche Hauptwort „Bericht“ wurde allerdings zunehmend von dem deutlich schickeren lateinisch-französisch-englisch-amerikanischen Begriff „Report“ abgelöst. Den Anfang machten in den 1970er Jahren die insgesamt 13 „Schulmädchen-Report“ – pseudodokumentarische Interview- und Episodenfilme, die die Katholische Filmkommission mit gut nachvollziehbaren Argumenten ausnahmslos so bewertete: „Wir raten ab.“

Während Siegfried Weischenberg, Maia Malik und Armin Scholl ihre neueste Journalistenstudie nur im Untertitel als „Report“ bezeichnen (Konstanz 2006), ist das österreichische Pendant schon im Haupttitel so benannt (Wien 2007). Inzwischen haben die Autor(inn)en Andy Kaltenbrunner, Matthias Karmasin, Daniela Kraus und Astrid Zimmermann einen zweiten Band mit gleichem Titel nachgeliefert.

Der erste Band präsentierte die Ergebnisse einer Vollerhebung zum sozialen Profil der Journalisten in Österreich (vgl. meine Rezension in „Medien & Kommunikationswissenschaft“, 56. Jg. 2008, H. 3-4, S. 455-457). Band II enthält die Resultate einer telefonischen Befragung von 500 repräsentativ ausgewählten Journalisten, die das Gallup-Institut durchgeführt hat. Dabei geht es insbesondere um die subjektive Dimension dieses Berufs: zum einen um Rollenbilder und Selbstverständnis, zum anderen um die konkrete Arbeitssituation.

Bei den Rollenbildern dominiert die Informationsfunktion, gefolgt von der Kritikfunktion. Lebenshilfe- und Ratgeberfunktion erhalten in den Selbstauskünften der Respondenten einen höheren Stellenwert als die Absicht, dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten. Ganz am Ende der Prioritätenliste steht das Ziel, die politische Tagesordnung zu beeinflussen.

Die Rolle des „neutralen Informationsvermitlers“ wird hier also ebenso wie im nordwestlichen Nachbarland favorisiert. Allerdings: „Der Anteil jener Journalisten, die sich für die Benachteiligten in der Bevölkerung einsetzen, die politische Tagesordnung beeinflussen oder eigene Meinungen präsentieren wollen, ist in Österreich doppelt so hoch wie in Deutschland, und auch die aktive Kontrolle, die (eher passive) Kritik und die Publikumsbeteiligung stoßen in Österreich auf deutlich höhere Zustimmung“ (S. 33). Der Gesinnungsjournalismus ist, kurz gesagt, in Österreich noch stärker verwurzelt.

Eine Stärke des schmalen Bandes liegt in solchen Ländervergleichen. Man vermisst jedoch den Blick auf das Nachbarland Schweiz, über das ja ebenfalls eine einschlägige Studie vorliegt (Marr/Wyss/Blum/Bonfadelli 2001). Präferenzen wurden ebenso ermittelte wie die Einstellung zu berufsethischen Fragen. Hier darf der Hinweis nicht fehlen, dass sich in der Landeshauptstadt Wien ein aggressiver Boulevardjournalismus breit gemacht hat, der nicht selten unterhalb jeder Schwellengrenze agiert. Ein Korrekturmoment in Form eines funktionierenden Presserats fehlte seit fast einem Jahrzehnt und ist erst vor kurzem wieder reaktiviert worden.

Die Berufssituation der österreichischen Journalisten ist u. a. durch lange Arbeitszeiten gekennzeichnet: 61 Prozent der Befragten arbeiten nach eigenen Angaben zwischen 40 und 60 Stunden pro Woche, 18 Prozent sogar noch länger. Dafür liegt das monatliche Nettogehalt mit 2.216 Euro deutlich über dem Durchschnittseinkommen im Lande. Auch in Österreich verdienen zum einen die weiblichen Berufsangehörigen, zum anderen die freien Journalisten im Schnitt deutlich weniger.

Die Journalistenausbildung ist in Österreich unterentwickelt: 61 Prozent der Befragten gehen an, keine spezielle Vor- oder Ausbildung für den Beruf zu haben. Auch die Akademisierung ist noch nicht weit fortgeschritten: Nur 34 Prozent verfügen über einen akademischen Abschluss – halb so viele wie in Deutschland. Erst seit wenigen Jahren bieten einige Fachhochschulen eine berufsbezogene Ausbildung an. Unter den Universitätsabschlüssen dominiert das Studienfach Publizistik.

Mit dieser Studie liegen nun weitere Daten zur Situation des Journalismus vor. Der Rezensent kann nur an sein Fazit aus der Besprechung des ersten österreichischen „Journalistenreports“ erinnern: Es ist zu hoffen, dass solche Erhebungen im Zehn-Jahres-Rhythmus wiederholt werden. So lässt sich im Laufe der Zeit ein gutes Fundament schaffen für eine empirisch fundierte Berufsgeschichte des Journalismus, für die bisher nur Bausteine vorliegen.

Walter Hölbl

Literatur:

Marr, M.; Wyss, V.; Blum, R.; Bonfadelli, H. (2001): Journalisten in der Schweiz. Eigenschaften, Einstellungen, Einflüsse. Forschungsfeld Kommunikation; 13. Konstanz: UVK

Margreth Lünenborg (Hrsg.)

Politik auf dem Boulevard?

Die Neuordnung der Geschlechter in der Politik der Mediengesellschaft

Bielefeld: transcript, 2009. – 328 S.

(Critical Media Studies: 2)

ISBN 978-3-89942-939-8

Die Bereiche der Medienforschung, die eine geschlechtertheoretische Perspektive in der Arbeit berücksichtigen, gehen von sehr unterschiedlichen Vorstellungen aus, was dies für die Forschung bedeutet. Diese Unterschiede begannen schon bei der Frage, was eigentlich erforscht werden soll. Geht es darum, wie Ge-

schlechter unterschiedlich medial dargestellt werden? Oder geht es um eine Analyse, wie Geschlechterdichotomie medial hergestellt wird und welche Bedeutungszuschreibungen zu der so (re)produzierten Geschlechterordnung durch Medien erfolgen? Diese Vielfalt spiegelt sich auch in dem Sammelband „Politik auf dem Boulevard?“ wieder, der im Ergebnis der Jahrestagung 2007 der Fachgruppe Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in der DGPK entstanden ist und von Margreth Lünenborg herausgegeben wurde. Während einige Beiträge Prozesse der medialen Konstruktion der Kategorie Geschlecht untersuchen, beschäftigen sich andere Beiträge mit den geschlechtsspezifischen Unterschieden etwa in der Mediennutzung oder in der medialen Darstellung und reproduzieren so, in unterschiedlichem Ausmaß, genau die hegemoniale Geschlechterdichotomie, die sie eigentlich zu untersuchen beabsichtigen.

Diese divergenten Ansätze kann auch die Herausgeberin in ihrer lehrstuhlgerechten Einleitung nur bedingt zusammenbinden. Boulevardisierung wird dabei von Lünenborg als auf zwei Ebenen stattfindend verstanden: als „thematische Verschiebung“ (§ 8) einerseits und als „formale und ästhetische Verschiebung“ (ebd.) in der Berichterstattung andererseits. So werden analytisch mit dem Begriff der Boulevardisierung hier also sowohl eine zunehmende journalistische Darstellung des Privatlebens von Politiker_innen als auch spezifische Formen der Darstellung gefasst, insbesondere solche, die mit Emotionalisierung und der Vermischung unterschiedlicher journalistischer Stilmittel einhergehen. Offen ist für Lünenborg dabei, inwieweit eine so erzeugte Sichtbarkeit des Privaten emanzipatorisch wirksam ist.

Wie das Private als Mittel zur Durchsetzung politischer Ziele bewusst eingesetzt wird, zeigt den Artikel von Sabine Seggelke und Marlene Coulomb-Gully am Beispiel französischer Präsidentinnen. Seggelke gibt dabei einen historischen Abriss des Verhältnisses der Medien zu den jeweiligen Präsidentinnen und ihren Gattinnen und konstatiert mehrere Paradigmenwechsel. Insbesondere der derzeitige Präsident Sarkozy instrumentalisiere die Medien mit Hilfe der Veröffentlichung von Privatam und erhöhe so vor allem seine Medienpräsenz. Dies sei jedoch auch mit Risiken verbunden, wie zunächst bei der Scheidung seiner bis dahin als perfekt dargestellten Ehe mit Cécilia Sarkozy und später in der Kritik an dem sich an der Seite von Carla Bruni in Glamour und Luxus schwelgend zeigenden „Präsident Bling Bling“ deutlich wurde. Sarkozy war es auch, der als