

Die Ibiza-Affäre auf Twitter: Journalistisches Framing eines politischen Skandals

Maximilian Eder

1. Einleitung

Soziale Medien sind seit rund einem Jahrzehnt fester Bestandteil des journalistischen Repertoires. Insbesondere Twitter hat sich als eine der wichtigsten Plattformen für professionelle (institutionelle) Zwecke und zur (individuellen) Selbstdarstellung von Journalist:innen etabliert. Gleichzeitig erscheint es vor dem Hintergrund der journalistischen Nutzung und Normalisierung von Twitter (Lasorsa et al., 2012) notwendig die ausgeübten Rollen von Journalist:innen und das Framing von Nachrichteninhalten auf dieser Plattform eingehend zu analysieren, denn inzwischen konnten verschiedene Studien eine Vermengung persönlicher mit professionellen Einschätzungen von Journalist:innen (Hedman, 2016; Lawrence et al., 2014; Molyneux, 2015) und die Bildung von Interpretationsnetzwerken mit eigenen Narrativen und Praktiken nachweisen (Mourão, 2015).

In diesem Zusammenhang ermöglicht insbesondere die Analyse der medialen Verbreitung von (politischen) Skandalen einen Einblick in journalistische Prozesse innerhalb sozialer Medien. So konstatiert Krakovsky (2021, S. 185): „The mediatized scandal [...] also provides information about the journalistic system within which the scandal is identified as such“.

Die vorliegende Studie konzentriert sich auf journalistisches Framing am Beispiel der Ibiza-Affäre als einen der größten Skandale der jüngeren Vergangenheit Österreichs durch deutsche und österreichische politische Journalist:innen. Journalist:innen sind insbesondere für Skandalisierungsprozesse von Relevanz, denn sie beeinflussen nicht nur indirekt die Wahrnehmung der Eliten und die Meinungsbildung der Öffentlichkeit (Entman, 2012, S. 27–28), sondern können ebenso in der digitalen Öffentlichkeit zu einer Polarisierung von Skandalobjekten oder -themen beitragen (Burkhardt, 2018, S. 19). Im Mittelpunkt stehen folglich eine Analyse der verwendeten journalistischen Frames und die Frage, ob der Skandal unterschiedlich von Journalist:innen in Deutschland und Österreich geframt wurde.

Die Forschungsarbeit ergänzt das wachsende Forschungsfeld zur journalistischen Nutzung sozialer Medien unter dem Aspekt der Skandalisierung mittels einer Analyse journalistischen Framings der Ibiza-Affäre auf Twitter. Die Ergebnisse geben Aufschluss darüber, wie Journalist:innen auf Twitter eine spezifische Realität konstruieren und ob durch die Einbeziehung von persönlichen Meinungen ihre traditionelle Rolle als objektive Beobachtende auf Twitter infrage gestellt werden muss.

2. Forschungsstand

Journalisten und Journalistinnen auf Twitter

Soziale Medien wie Instagram, Facebook oder Twitter haben durch ihre zahlreichen neuen Möglichkeiten und Herausforderungen den Journalismus nachhaltig geprägt. Vor diesem Hintergrund kann Twitter als die zentrale Plattform für Journalist:innen beschrieben werden (Degen und Olgemöller, 2021; Engesser und Humprecht, 2015; Gulyas, 2017; Hermida, 2013; Nuernbergk und Schmidt, 2020). Nicht zuletzt in Deutschland wird Twitter von Politikjournalist:innen im Vergleich zu anderen sozialen Medien bevorzugt (Nuernbergk und Schmidt, 2020).

Twitter bietet Journalist:innen eine Plattform für eine Vielzahl an Anwendungsmöglichkeiten (für einen Überblick siehe Eder, 2023, S. 102–106; Lewis und Molyneux, 2018): Diese reichen von einer professionellen journalistischen Nutzung, wie beispielsweise zur Verbreitung von Inhalten und Verifizierung von Quellen, über eine direkte Interaktion mit dem Publikum bis hin zur (individuellen) Selbstdarstellung. Darüber hinaus ist Twitter ein „awareness system“ (Hermida, 2010, S. 304), das es Journalist:innen und Medienorganisationen ermöglicht zusätzliche Reichweite und Sichtbarkeit über Eilmeldungen zu erzeugen, insbesondere unter politischen Eliten oder anderen Journalist:innen (Cornia et al., 2018, S. 38).

Gleichzeitig nutzen (politische) Journalist:innen Twitter um ihre private Meinung und andere persönliche Informationen der digitalen Öffentlichkeit mitzuteilen (Hermida, 2013; Lasorsa et al., 2012; Molyneux, 2015; Revers, 2014), was auf eine Auflösung der Objektivitätsnorm sowie etablierter Werte und Praktiken innerhalb des Journalismus auf Twitter hindeutet (Barnard, 2016; Djerf-Pierre et al., 2016; Molyneux, 2015; Mourão et al., 2016). So stellt beispielsweise Molyneux (2015, S. 932) fest, dass durch diesen Wandel journalistische Selektionsmechanismen mehr von individu-

ellen Vorlieben und Interessen der Journalist:innen beeinflusst werden als von organisationalen oder institutionellen Normen. Die resultierenden Veränderungen wie eine Boulevardisierung medialer Berichterstattung oder Infotainment können insbesondere die Informationsfunktion der Medien schwächen und damit letztlich die demokratische Öffentlichkeit gefährden (Otto et al., 2017, S. 136). Gleichzeitig ist anzumerken, dass Journalist:innen aber durchaus ihre Nutzung sozialer Medien so gestalten können, wie sie etablierten journalistischen Normen und Werten entspricht (Hanusch, 2018; Singer, 2005).

Mediales Framing von Skandalen

Journalistisches Framing bezieht sich auf die selektive Auswahl, Hervorhebung und Darstellung bestimmter Aspekte innerhalb der Berichterstattung. Demnach beschreibt der Framingprozess, wie Kommunikator:innen bestimmte Informationen im Kontext eines Sachverhalts wiederholt hervorheben und gleichzeitig andere, potenziell relevante Informationen nicht benennen. Das übergeordnete Ziel ist es einen Sachverhalt inhaltlich für das Publikum zu definieren (D'Angelo, 2017, S. 635). Infolgedessen können die öffentliche Wahrnehmung und das Verständnis für ein bestimmtes Ereignis oder Thema geprägt werden. Gleichzeitig bieten in der öffentlichen Debatte etablierte Frames dem Publikum durch Komplexitätsreduktion und eindeutige Definition von Situationen eine Orientierung (Ohliger, 2019; Potthoff, 2012, S. 19; Tankard, 2001, S. 96). Frames „besitzen auch für Nicht-Journalisten Bedeutung: Über eine bestimmte Darstellung von Geschehnissen vermitteln Journalisten ihren Rezipienten zugleich die eigenen Wirklichkeitsmaßstäbe“ (Scheufele und Brosius, 1999, S. 428).

Durch eine weiterführende Interpretation textueller Aussagestrukturen von Themen findet in der journalistischen Berichterstattung gerade im Bereich komplexer politischer Prozesse und Probleme implizit Framing statt. Vor diesem Hintergrund werden (politische) Skandale durch narrative Techniken und rhetorische Mittel von Journalist:innen konstruiert und über entsprechende Medienkanäle verbreitet. Der Skandal ist folglich das Ergebnis einer Auswahl bestimmter Aspekte und Bezeichnung sozialer Zustände, Ereignisse oder Entwicklungen (Burkhardt, 2011, S. 132).

Das Framing von Skandalen und die Nachrichtenauswahl wirken darüber hinaus auf die moralische Bewertung des Sachverhalts und mögliche Folgemaßnahmen ein, indem die Berichterstattung über den Skandal über

einen längeren Zeitraum aufrechterhalten wird (Ekström und Johansson, 2008, S. 72). In diesem Zusammenhang ist der Framingprozess nicht auf Print- und Onlinemedien sowie Journalist:innen beschränkt: „[S]ocial media users frame social events by affecting the frequency of words, images, and embedded links that circulate among connected peers“ (Aruguete und Calvo, 2018, S. 481). Nutzer:innen sozialer Medien können zudem auf die in der Nachrichtenberichterstattung verwendeten Frames durch Kommentare und @mentions unmittelbar reagieren und eine Auseinandersetzung mit den Inhalten durch Postings und Re-Postings stattfinden lassen (Tewksbury und Riles, 2018, S. 148–149). Hashtags ermöglichen es potenziell allen Nutzenden eigenständig ein bestimmtes Ereignis mittels sogenannter Ad-hoc-Frames zu rahmen (Meraz und Papacharissi, 2013, S. 144), was die inhaltliche Trennung zwischen durch Journalist:innen in den Twitter-Diskurs eingebrachten Frames und den durch andere Kommunikator:innen vermittelten Frames erschwert (Baresch et al., 2010, S. 642–644).

Die Ibiza Affäre als politischer Skandal

Skandale in einem politischen Kontext sind den letzten Jahrzehnten zu einer Konstante in der journalistischen Berichterstattung auf beiden Seiten der Alpen geworden. Insbesondere die sogenannte Ibiza-Affäre als der größte Skandal nach der Affäre um den österreichischen Bundespräsidenten Kurt Waldheim 1986 (Karner, 2021, S. 253) nimmt in der neueren Geschichte der „Skandalrepublik Österreich“ (Sickinger, 2007, S. 698) eine exponierte Stellung ein.

Den Ausgangspunkt des Skandals bildet ein Treffen zwischen dem damaligen österreichischen Vizekanzler Heinz-Christian Strache (FPÖ), Johan Gudenus, dem geschäftsführenden Klubobmann der FPÖ, und der angeblichen Nichte eines russischen Oligarchen auf der Baleareninsel Ibiza im Juli 2017. Inhaltlich wurden unter anderem die Möglichkeit einer (Teil-)Übernahme der Kronen Zeitung zur Beeinflussung der Berichterstattung zugunsten der FPÖ sowie eine verdeckte Parteifinanzierung über gemeinnützige Vereine diskutiert. Darüber hinaus stellte Strache Staatsaufträge im Falle einer FPÖ-Regierungsbeteiligung in Aussicht. Im Mai 2019 wurde über das von einem Privatermittler verdeckt aufgenommene Treffen von der *Süddeutschen Zeitung*, dem *Spiegel* und der österreichischen Wochenzeitung *Falter* berichtet. Die sich anschließende öffentliche Empörungssreaktion in Österreich und anderen europäischen Ländern führte

schließlich zum Rücktritt Straches und Gudenus sowie zum Zusammenbruch der rechtskonservativen Regierungskoalition unter Kanzler Sebastian Kurz (ÖVP). Die Arbeit des Ibiza-Untersuchungsausschusses wurde rund zwei Jahre später abgeschlossen.

Die Ibiza-Affäre steht idealtypisch für einen politischen Skandal, denn sie erfüllt trotz ihrer allgemein gebräuchlichen Bezeichnung als Affäre alle konstituierenden Komponenten des Skandals (Eder, 2023, S. 115): (1) eine stattgefundene moralische Verfehlung der Politiker Strache und Gudenus in ihrer Funktion als politische Entscheidungsträger, die (2) eindeutig für den Sachverhalt verantwortlich sind und es sich um (3) einen nicht allgemein bekannten Sachverhalt handelt, (4) der von Journalist:innen veröffentlicht wurde, sowie (5) eine breite öffentliche Empörung zur Folge hatte. Darüber hinaus wurde der Skandal nach der Veröffentlichung in deutschen und österreichischen Medien öffentlichkeitswirksam diskutiert.

3. Forschungsfragen

Die fortschreitende Integration einer Vielzahl sozialer Medien in journalistische Prozesse hat zu einer Veränderung professioneller journalistischer Werte und Normen geführt, denn soziale Medien sind inzwischen mehr als nur ein weiterer Ausspielweg und kontrollieren inzwischen, was das Publikum sieht und welche Art von Journalismus noch Reichweite erzielt (Bell und Owen, 2017, S. 9).

Im Mittelpunkt dieser Entwicklung steht die für die vorliegende Studie zentrale Frage nach dem journalistischen Verhalten in sozialen Medien vor dem Hintergrund des in Deutschland und Österreich postulierten Rollenverständnisses von Politikjournalist:innen als neutrale Informationsvermittelnde (Dingerkus und Keel, 2021, S. 415; Karmasin, 2010, S. 18–21; Lünenborg und Berghofer, 2010, S. 37–38). Insbesondere die Verwendung von Frames durch Journalist:innen ist während eines Skandals und bei deren Kommunikation in sozialen Medien kritisch zu analysieren, denn sie beeinflussen letztlich die Einstellung der (digitalen) Öffentlichkeit gegenüber den skandalisierten Personen und Institutionen.

Die Forschungsfragen lauten wie folgt:

FF1: Teilen deutsche und österreichische politische Journalist:innen ihre persönliche Meinung über die Ibiza-Affäre als spezifischen politischen Skandal auf Twitter?

FF2: Bestehen Unterschiede hinsichtlich des journalistischen Framings der Ibiza-Affäre in Deutschland und Österreich auf Twitter?

4. Methode

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde eine standardisierte quantitative Inhaltsanalyse der Twitter-Kommunikation von 149 in der Twitter-Sphäre einflussreichen, politischen Journalist:innen während des Zeitraums der Ibiza-Affäre (17. Mai bis 03. Juni 2019) durchgeführt. Die ausgewählten politischen Journalist:innen sind zum einen hauptberuflich in unterschiedlichen journalistischen Positionen bei Tages- und Wochenzeitungen (bspw. *Bild*, *Süddeutsche Zeitung* und *Zeit* [GER]; *Kronen Zeitung*, *Der Standard* und *Falter* [AT]), Nachrichtenmagazinen (*Spiegel*, *Focus* und *Stern* [GER]; *News*, *Profil* und *Trend* [AT]) und den entsprechenden Onlineablegern mit der jeweils größten politisch-publizistischen Relevanz und nationaler Reichweite in Deutschland und Österreich tätig (siehe Eder, 2023, S. 238). Zum anderen wurden sie hinsichtlich ihres Einflusses in der Twitter-Sphäre nach Razis und Anagnostopoulos (2014) kategorisiert. Aus forschungsökonomischen Gründen wurden anschließend von jedem Medium die jeweils zehn einflussreichsten Politikjournalist:innen gemäß der vorhergehenden Kategorisierung ausgewählt. Zudem weist die durchgehende Nennung des eigenen Mediums und die Eigenbezeichnung als Journalist:innen innerhalb ihres Twitter-Profiles darauf hin, dass die Journalist:innen auf ihren Twitteraccounts als Repräsentant:innen ihres Mediums und nicht als Privatpersonen agieren. Insgesamt wurden 885 Tweets in die Analyse einbezogen. Der Korpus wurde anhand einer inhaltsbasierten Selektion der Tweets und Retweets mit den in Bezug auf den Skandal etablierten Hashtags wie *#Ibizagate*, *#Ibiza Affäre* oder *#StracheVideo* und ohne Hashtags der ausgewählten Journalist:innen generiert. Der Zugriff erfolgte über die REST API mit der Erweiterung *rtweet* (Kearney, 2019) für *R Studio* und der Anwendung *TwittyJar*.

Der Vergleich des Framings der Ibiza-Affäre zwischen deutschen und österreichischen Journalist:innen erlaubt eine neue Perspektive auf die journalistische Kommunikation zu politischen Skandalen und möglicher plattformspezifischer Faktoren im Zusammenhang mit einer Boulevardisierung und Sensationalisierung medialer Kommunikation auf Twitter (Tong, 2022, S. 69–73). Darüber hinaus können beide Länder inzwischen unterschiedlichen westlichen Mediensystemen zugeordnet werden mit einem

nicht inklusiven Pressemarkt, einer geringen journalistischen Professionalität und ausgeprägtem politischen Parallelismus in Österreich (Büchel et al., 2016).

Vor dem Hintergrund eines fehlenden wissenschaftlichen Konsenses der Konzeptualisierung von Frames (siehe beispielsweise de Vreese, 2005, S. 53; Vliegthart und van Zoonen, 2011, S. 106) sowie ihrer standardisierten Messung (Matthes, 2014, S. 36–45) wurden in der vorliegenden Studie Frames deduktiv aus der bestehenden Literatur zu politischer Skandalisierung von Berti (2019) und Maier et al. (2019) abgeleitet. Entsprechend wurde ein Framing des Skandals als persönliches Fehlverhalten oder politisch-systemische Verfehlung und eine eindeutige Verurteilung der Handelnden (Angriffsframe) oder der Versuch das Verhalten zu erklären oder sogar zu verteidigen (Verteidigungsframe) analysiert (für einen Überblick siehe Eder, 2023, S. 246). Zur Unterscheidung eines expliziten oder impliziten Angriff- und Verteidigungsframes wurden die Frame-Elemente nach Entman (1993) (bestimmte Definition des Problems, ursächliche Interpretation, Handlungsempfehlung und moralische Bewertung) zusätzlich beachtet. Darüber hinaus wurde die vielfach validierte Unterteilung politischer Berichterstattung von Semetko und Valkenburg (2000) genutzt. Es wird zudem angenommen, dass von einem Medien-Frame gesprochen werden kann, wenn ein bestimmter Aspekt in Bezug auf einen Sachverhalt strukturell hervorgehoben wird (Engelke, 2018, S. 107).

Für die Auswertung des Inter- sowie des Intracoderreliabilitätstest wurde der Reliabilitätskoeffizient nach Holsti (rH) als ein in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung seit Jahrzehnten etabliertes Maß zurückgegriffen (Lovejoy et al., 2016, S. 1150; Vogelgesang und Scharkow, 2012, S. 339). Sowohl für den Intercoder- ($rH = .97$) als auch für den Intracoderreliabilitätstest ($rH = .93$) zeigt sich eine durchschnittlich sehr gute Übereinstimmung der Codierungen.¹

5. Ergebnisse

Insgesamt lässt sich festhalten, dass politische Journalist:innen in gewissem Umfang ihre persönliche Meinung auf Twitter zum Sachverhalt der Ibiza-Affäre äußern und ebenso das Ereignis auf eine spezifische Weise framen.

1 Für eine vollständige Auswertung siehe Eder (2023).

Rund 61 Prozent der Tweets enthalten eine Meinungsäußerung oder einen Kommentar der Journalist:innen, entweder direkt oder durch das Teilen eines Tweets mit einer Meinungsäußerung, Stellungnahme, Bewertung oder Kommentar anderer Twitter-Nutzer:innen. Gleichzeitig ist anzumerken, dass davon in 41,5 Prozent der Fälle eine negative Äußerung und in 28 Prozent keine Bewertung vorgenommen wurde.

Ein Vergleich zwischen Deutschland und Österreich zeigt, dass sich deutsche Politikjournalist:innen signifikant häufiger negativ äußern, dagegen enthalten die Tweets ihrer österreichischen Kolleg:innen eher ausgewogene und positive Aussagen, die sich vor allem auf die Recherchetätigkeiten anderer Journalist:innen beziehen und nicht auf die Affäre selbst ($\chi^2(3, N = 885) = 27.7, p = .000$). In beiden Ländern wird in über 50 Prozent der Tweets allerdings keine Bewertung vorgenommen.

Tabelle 1. Anzahl der Tweets mit vorgenommenen Bewertungen, in Deutschland und Österreich

	Deutschland		Österreich	
	<i>n</i>	Prozent	<i>n</i>	Prozent
Keine Bewertung	288	57,9	211	54,4
Überwiegend negativ	139	28,0	83	21,4
Ausgewogen	1	0,2	17	4,4
Überwiegend positiv	69	13,9	77	19,8
Gesamt	497	100	388	100

Anmerkung. Abweichungen von 100 Prozent bei der Aufsummierung sind rundungsbedingt.

Die Analyse der Tweets hinsichtlich eines themenspezifischen Framings zeigt, dass in rund 22 Prozent der untersuchten Tweets die Affäre als ein individuelles Fehlverhalten der beteiligten Akteure (Strache und/oder Gudenus) dargestellt wird. Hierbei wird entweder ein negatives moralisches Urteil diesen gegenüber gefällt oder Forderung nach einer Bestrafung der korrupten Personen durch rechtliche Maßnahmen und politische Ächtung gestellt. Wesentlich seltener wird die Affäre als eine systemische Verfehlung mit Ursachen innerhalb des politischen Systems insgesamt oder der Gesellschaft geframt. Dieser Befund gilt sowohl für österreichische als auch deutsche Journalist:innen, allerdings ist der Unterschied hinsichtlich der Länderzugehörigkeit nicht statistisch signifikant. Zudem zeigt die Analyse,

dass in rund 71 Prozent der analysierten Tweets kein Korruptionsframe verwendet wird.

Tabelle 2. Anzahl der Tweets mit einem Korruptionsframe in Deutschland und Österreich

	Deutschland		Österreich	
	<i>n</i>	Prozent	<i>n</i>	Prozent
Korruption als persönliche Verfehlung	109	21,9	85	21,9
Korruption als systemische Verfehlung	39	7,8	25	6,4
Kein solcher Frame	349	70,2	278	71,6
Gesamt	497	100	388	100

Anmerkung. *N* = 885; Abweichungen von 100 Prozent bei der Aufsummierung sind rundungsbedingt.

Vor dem Hintergrund einer Skandalisierung durch die Journalist:innen zeigt sich, dass der Sachverhalt der Korruption auf Twitter von ihnen überwiegend weder angegriffen noch verteidigt wird (62,3%, *n* = 551). Ein expliziter Angriffsframe, d. h. wenn in einem Tweet alle Frame-Elemente nach Entman (1993) genannt werden, wird nur in 6,2 Prozent der Fälle verwendet (*n* = 55). Rund fünfmal so häufig wird dagegen ein impliziter Angriffsframe verwendet (30,7%, *n* = 272), in dem nur auf zwei oder drei Frame-Elemente zurückgegriffen wurde. Ein expliziter oder impliziter Verteidigungsframe wird insgesamt in nur 0,8 Prozent der Tweets identifiziert (*n* = 7).

Hinsichtlich der Verwendung themenübergreifender Frames zeigt sich ein ähnliches Ergebnis. In rund der Hälfte der 885 analysierten Tweets (46,4%) wird kein solcher Frame identifiziert. Darüber hinaus wird ein Verantwortungsframe (21,5%) als auch ein Human-Interest-Frame (27,1%) von den Journalist:innen insgesamt am häufigsten verwendet. Dagegen werden die Ereignisse weitaus seltener unter dem Verweis auf moralische Vorschriften (1,7%) oder hinsichtlich wirtschaftlicher Folgen für eine Person, eine Institution oder ein Land (0,7%) geframt.

Ein Vergleich des Framings der Ibiza-Affäre deutscher und österreichischer Politikjournalist:innen zeigt einen signifikanten Unterschied hinsichtlich der Länderzugehörigkeit, sowohl bei der Verurteilung (Angriffsframe) oder Verteidigung (Verteidigungsframe) der beteiligten Akteure

($\chi^2(4, N = 885) = 40.2, p = .000$), als auch bezüglich eines themenübergreifenden Framings ($\chi^2(5, N = 885) = 19.7, p = .001$). In Österreich wird ein expliziter Angriffsframe von den Journalist:innen signifikant häufiger genutzt als in Deutschland. Dort nutzen die Journalist:innen dagegen häufiger einen impliziten Angriffsframe. Insgesamt werden in beiden Ländern allerdings überwiegend keine solchen Frames verwendet.

Tabelle 3. Anzahl der Tweets mit Angriffs- und Verteidigungsframes und themenübergreifende Frames in Deutschland und Österreich

	Deutschland		Österreich	
	<i>n</i>	Prozent	<i>n</i>	Prozent
<i>Angriffs- und Verteidigungsframes</i>				
Expliziter Angriffsframe	10	2,0	45	11,6
Impliziter Angriffsframe	169	34,0	103	26,5
Expliziter Verteidigungsframe	3	0,6	-	-
Impliziter Verteidigungsframe	1	0,2	3	0,8
Kein solcher Frame	314	63,2	237	61,1
Gesamt	497	100	388	100
<i>Themenübergreifende Frames</i>				
Verantwortungsframe	94	18,9	96	24,7
Human-Interest	158	31,8	82	21,1
Konflikt	8	1,6	15	3,9
Moral	6	1,2	9	2,3
Ökonomie	2	0,4	4	1,0
Kein solcher Frame	229	46,1	182	46,9
Gesamt	497	100	388	100

Anmerkung. $N = 885$; Abweichungen von 100 Prozent bei der Aufsummierung sind rundungsbedingt.

Unter dem Gesichtspunkt der Verwendung von themenübergreifenden Frames nach Semetko und Valkenburg (2000) zeigt sich, dass der Verantwortungs-Frame, d. h. eine Verantwortungszuschreibung für eine Ursache oder Lösung entweder durch die Regierung, eine Person oder Gruppe, von österreichischen Politikjournalist:innen signifikant häufiger verwendet wird als auf der anderen Seite der Alpen. Die Darstellung der Ibiza-Affäre wird dagegen von den deutschen Politikjournalist:innen im direkten Ländervergleich eher als Human-Interest-Story, d. h. eine Darstellung eines

Ereignisses, einer Frage oder eines Problems unter einem Human-Interest-Aspekt, geframt. Dennoch ist festzustellen, dass von den Journalist:innen in beiden Ländern überwiegend keiner der genannten Frames in ihren Tweets verwendet wird.

6. Fazit und Ausblick

Die Normalisierung sozialer Medien im Journalismus innerhalb des letzten Jahrzehnts hat dazu geführt, dass traditionelle journalistische Normen und Werte auf solchen Plattformen zunehmend infrage gestellt werden können (Bossio, 2017, S. 111–131) und sich die Art der journalistischen Aufbereitung (politischer) Skandale verändert (Zulli, 2020).

Vor diesem Hintergrund erlauben insbesondere mediale Skandalisierungsprozesse auf Twitter eine eingehende Analyse journalistischen Framings und der Rollenbilder von Journalist:innen.

Aufbauend auf früheren Forschungsergebnissen zur Veränderung der professionellen journalistischen Rolle als objektiv Beobachtende in sozialen Medien wurde am Beispiel der Ibiza-Affäre untersucht a) ob politische Journalist:innen ihre persönliche Meinung auf Twitter teilen, b) welche in der Skandalforschung identifizierten Frames verwendet werden und c) ob der Skandal unterschiedlich von Journalist:innen in Deutschland und Österreich geframt wurde.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass journalistische Objektivität und Unparteilichkeit während der medialen Skandalisierung politischer Akteur:innen in Bezug auf die Ibiza-Affäre von Bedeutung sind, aber Journalist:innen durchaus ihre Meinung auf Twitter äußern oder wertende Kommentare abgeben. Gleichzeitig sind Länderunterschiede zwischen Deutschland und Österreich in statistisch signifikanten Umfang festzustellen. Österreichische Journalist:innen griffen den Sachverhalt eher explizit an und framteten die Ibiza-Affäre unter dem Aspekt der individuellen Verantwortung der involvierten Politiker als ihre deutschen Kolleg:innen. Diese framteten den Skandal eher unter einem Human-Interest-Aspekt, was „[d]ie Grundtendenz des gelassen-herablassenden deutschen Blicks auf Österreich“ (Matzner-Holzer, 2005, S. 30) widerspiegelt. Zudem können die Umstände der Veröffentlichung angeführt werden. So war der deutsche Satiriker und Moderator Jan Böhmermann innerhalb der deutschen Twitter-Netzwerke ein medialer Multiplikator, nicht zuletzt als dieser im Vorfeld

der Video-Veröffentlichung Andeutungen zu den betreffenden Vorgängen machte (Stanek, 2019).

Mögliche Gründe für die geringen Länderunterschiede zwischen Deutschland und Österreich sind einerseits die Ähnlichkeit des journalistischen Systems (für einen Überblick siehe Magin, 2012, S. 77–124). Andererseits können für Österreich eigene Charakteristika identifiziert werden, wie etwa das Rollenbild eines kontrollierenden und kritischen Interpretationsjournalismus (Karmasin, 2010, S. 22). Nicht zuletzt als Erklärungen für das unterschiedliche Framing der Ibiza-Affäre können die Art und Weise der medialen Berichterstattung insgesamt und der unterschiedliche geografische Betroffenheitsgrad der beteiligten Journalist:innen in Betracht gezogen werden. Insgesamt können das Framing und die Gewichtung politischer Nachrichten unterschiedliche historische, kulturelle und gesellschaftliche Faktoren widerspiegeln.

Darüber hinaus deutet die Nutzung eines skandalisierenden und meinungsbasierten Kommunikationsstils der Journalist:innen auf Twitter möglicherweise auf eine Veränderung ihres individuellen Selbst- und Rollenverständnisses innerhalb der integrierten Netzwerköffentlichkeit hin, „denn sie [die Medien] beanspruchen damit die Funktion einer demokratischen Kontroll-Institution zu übernehmen, die die Defizite der politischen Institutionen kompensiert“ (Villinger, 2014, S. 294). Ebenso können Umfeldefekte von Twitter einen Einfluss auf die politischen Journalist:innen ausüben (siehe u. a. Barnard, 2016). Weiterführende Forschung sollte der Frage nachgehen, ob Journalist:innen in den beiden untersuchten Ländern bewusst von ihrer Rolle als objektive und präzise informierende Beobachtende auf Twitter abweichen, um sich von ihrer Berichterstattung im professionellen Kontext abzugrenzen und eine andere journalistische Rolle außerhalb möglicher redaktionsspezifischer Grenzen einzunehmen.

Literatur

- Aruguete, N., & Calvo, E. (2018). Time to #protest: Selective exposure, cascading activation, and framing in social media. *Journal of Communication*, 68(3), 480–502. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy007>
- Baresch, B., Hsu, S.-H., & Reese, S. D. (2010). The power of framing: New challenges for researching the structure of meaning in news. In S. Allan (Hrsg.), *The Routledge companion to news and journalism* (S. 637–647). Routledge.
- Barnard, S. R. (2016). „Tweet or be sacked“: Twitter and the new elements of journalistic practice. *Journalism*, 17(2), 190–207. <https://doi.org/10.1177/1464884914553079>

- Bell, E. J., & Owen, T. (2017). The platform press: How Silicon Valley reengineered journalism. *Tow Center for Digital Journalism*. <https://doi.org/10.7916/D8R216ZZ>
- Berti, C. (2019). Rotten apples or rotten system? Media framing of political corruption in New Zealand and Italy. *Journalism Studies*, 20(11), 1580–1597. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1530068>
- Bossio, D. (2017). *Journalism and social media: Practicioners, organisations and institutions*. Palgrave Macmillan.
- Büchel, F., Humprecht, E., Castro-Herrero, L., Engesser, S., & Brüggemann, M. (2016). Building empirical typologies with QCA: Toward a classification of media systems. *The International Journal of Press/Politics*, 21(2), 209–232. <https://doi.org/10.1177/1940161215626567>
- Burkhardt, S. (2011). Skandal, medialisierter Skandal, Medienskandal: Eine Typologie öffentlicher Empörung. In K. Bulkow & C. Petersen (Hrsg.), *Skandale: Strukturen und Strategien öffentlicher Aufmerksamkeitserzeugung* (S. 131–155). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Burkhardt, S. (2018). Scandals in the network society. In A. Haller, H. Michael & M. Kraus (Hrsg.), *Scandalogy: An interdisciplinary field* (S. 18–44). Herbert von Halem.
- Cornia, A., Sehl, A., Levy, D. A., & Nielsen, R. K. (2018). Private sector news, social media distribution, and algorithm change. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://doi.org/10.60625/risj-cg3f-he14>
- D'Angelo, P. (2017). Framing: Media frames. In P. Rössler, C. A. Hoffner, & L. van Zoonen (Hrsg.), *The international encyclopedia of media effects* (S. 634–644). Wiley.
- de Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document Design*, 13(1), 51–62. <https://doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>
- Degen, M., & Olgemöller, M. (2021). German political journalists and the normalization of Twitter. *Journalism Studies*, 22(10), 1317–1338. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1952472>
- Dingerkus, F., & Keel, G. (2021). Die Personen durchleuchten: Merkmale politischer Journalisten. In M. Prinzing & R. Blum (Hrsg.), *Handbuch Politischer Journalismus* (S. 408–419). Herbert von Halem.
- Djerf-Pierre, M., Ghersetti, M., & Hedman, U. (2016). Appropriating social media: The changing uses of social media among journalists across time. *Digital Journalism*, 4(7), 849–860. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1152557>
- Eder, M. (2023). *Politische Journalistinnen und Journalisten auf Twitter: Eine Framing-Analyse der Ibiza-Affäre im deutsch-österreichischen Vergleich*. Nomos.
- Ekström, M., & Johansson, B. (2008). Talk scandals. *Media, Culture & Society*, 30(1), 61–79. <https://doi.org/10.1177/0163443707084350>
- Engelke, K. M. (2018). *Die journalistische Darstellung von Vertrauen, Misstrauen und Vertrauensproblemen im Kontext der Digitalisierung: Theoretische Entwicklung und empirische Erfassung von Vertrauensdimensions-Frames*. Nomos.
- Engesser, S., & Humprecht, E. (2015). Frequency or skillfulness: How professional news media use Twitter in five Western countries. *Journalism Studies*, 16(4), 513–529. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.939849>

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. M. (2012). *Scandal and silence: Media responses to presidential misconduct*. Polity Press.
- Gulyas, A. (2017). Hybridity and social media adoption by journalists: An international comparison. *Digital Journalism*, 5(7), 884–902. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1232170>
- Hanusch, F. (2018). Political journalists' corporate and personal identities on Twitter profile pages: A comparative analysis in four Westminster democracies. *New Media & Society*, 20(4), 1488–1505. <https://doi.org/10.1177/1461444817698479>
- Hedman, U. (2016). When journalists tweet: Disclosure, participatory, and personal transparency. *Social Media + Society*, 2(1). <https://doi.org/10.1177/2056305115624528>
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297–308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>
- Hermida, A. (2013). #Journalism: Reconfiguring journalism research about Twitter, one tweet at a time. *Digital Journalism*, 1(3), 295–313. <https://doi.org/10.1080/21670811.2013.808456>
- Karmasin, M. (2010). Vierte Gewalt oder Hofberichterstatte? Rollenbilder im Politikjournalismus. In A. Kaltenbrunner, M. Karmasin, & D. Kraus (Hrsg.), *Der Journalismus-Report III: Politikjournalismus in Österreich* (S. 11–28). Facultas.
- Karner, C. (2021). „Ibizagate“: Capturing a political field in flux. *Austrian History Yearbook*, 52, 253–269. <https://doi.org/10.1017/S0067237820000557>
- Kearney, M. (2019). Rtweet: Collecting and analyzing Twitter data. *Journal of Open Source Software*, 4(42), 1829. <https://doi.org/10.21105/joss.01829>
- Krakovsky, C. (2021). Scandology meets field theory: Utilizing scandal theory for the analysis of journalistic practices over time. In A. Haller, H. Michael, & L. Seeber (Hrsg.), *Scandology 3: Scandals in new media* (S. 181–200). Springer.
- Lasorsa, D. L., Lewis, S. C., & Holton, A. E. (2012). Normalizing Twitter: Journalism practice in an emerging communication space. *Journalism Studies*, 13(1), 19–36. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2011.571825>
- Lawrence, R. G., Molyneux, L., Coddington, M., & Holton, A. (2014). Tweeting conventions: Political journalists' use of Twitter to cover the 2012 presidential campaign. *Journalism Studies*, 15(6), 789–806. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.836378>
- Lewis, S. C., & Molyneux, L. (2018). A decade of research on social media and journalism: Assumptions, blind spots, and a way forward. *Media and Communication*, 6(4), 11–23. <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1562>
- Lovejoy, J., Watson, B. R., Lacy, S., & Riffe, D. (2016). Three decades of reliability in communication content analyses: Reporting of reliability statistics and coefficient levels in three top journals. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(4), 1135–1159. <https://doi.org/10.1177/1077699016644558>

- Lünenborg, M., & Berghofer, S. (2010). *Politikjournalistinnen und -journalisten: Aktuelle Befunde zu Merkmalen und Einstellungen vor dem Hintergrund ökonomischer und technologischer Wandlungsprozesse im deutschen Journalismus*. Deutscher Fachjournalisten Verband. Abgerufen am 14.05.2024, von <https://www.dfjv.de/wp-content/uploads/DFJV-Studie-Politikjournalismus.pdf>
- Magin, M. (2012). *Wahlkampf in Deutschland und Österreich: Ein Langzeitvergleich der Presseberichterstattung (1949–2006)*. Böhlau.
- Maier, J., Jansen, C., & von Sikorski, C. (2019). Media framing of political scandals: Theoretical framework and empirical evidence. In H. Tumber & S. R. Waisbord (Hrsg.), *The Routledge companion to media and scandal* (S. 104–114). Routledge.
- Matthes, J. (2014). *Framing*. Nomos.
- Matzner-Holzer, G. (2005). *Verfreundete Nachbarn. Österreich – Deutschland: Ein Verhältnis* (2. Aufl.). Edition Atelier.
- Meraz, S., & Papacharissi, Z. (2013). Networked gatekeeping and networked framing on #egypt. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 138–166. <https://doi.org/10.1177/1940161212474472>
- Molyneux, L. (2015). What journalists retweet: Opinion, humor, and brand development on Twitter. *Journalism*, 16(7), 920–935. <https://doi.org/10.1177/1464884914550135>
- Mourão, R., Diehl, T., & Vasudevan, K. (2016). I love Big Bird: How journalists tweeted humor during the 2012 presidential debates. *Digital Journalism*, 4(2), 211–228. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1006861>
- Mourão, R. R. (2015). The boys on the timeline: Political journalists' use of Twitter for building interpretive communities. *Journalism*, 16(8), 1107–1123. <https://doi.org/10.1177/1464884914552268>
- Nuernbergk, C., & Schmidt, J.-H. (2020). Twitter im Politikjournalismus: Ergebnisse einer Befragung und Netzwerkanalyse von Hauptstadtjournalisten der Bundespresskonferenz. *Publizistik*, 65(1), 41–61. <https://doi.org/10.1007/s11616-019-00557-4>
- Ohliger, U. A. (2019). Komplexitätsreduktion durch Kontextualisierung: Narrativität und Frames in der boulevardjournalistischen Politikberichterstattung. In B. Dernbach, A. Godulla, & A. Sehl (Hrsg.), *Komplexität im Journalismus* (S. 117–129). Springer.
- Otto, L., Glogger, I., & Boukes, M. (2017). The softening of journalistic political communication: A comprehensive framework model of sensationalism, soft news, infotainment, and tabloidization. *Communication Theory*, 27(2), 136–155. <https://doi.org/10.1111/comt.12102>
- Potthoff, M. (2012). *Medien-Frames und ihre Entstehung*. Springer.
- Razis, G., & Anagnostopoulos, I. (2014). InfluenceTracker: Rating the impact of a Twitter account. In L. Iliadis, I. Maglogiannis, H. Papadopoulos, S. Sioutas, & C. Makris (Hrsg.), *Artificial intelligence applications and innovations* (S. 184–195). Springer.
- Scheufele, B., & Brosius, H.-B. (1999). The frame remains the same? Stabilität und Kontinuität journalistischer Selektionskriterien am Beispiel der Berichterstattung über Anschläge auf Ausländer und Asylbewerber. *Rundfunk und Fernsehen*, 47(3), 409–432.

- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. V. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93–109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Sickinger, H. (2007). Von der „Insel der Seligen“ zur „Skandalrepublik“? Politische Skandale in der Zweiten Republik. In M. Gehler (Hrsg.), *Politische Affären und Skandale in Österreich: Von Mayerling bis Waldheim* (S. 698–743). Studien Verlag.
- Singer, J. B. (2005). The political j-blogger: „Normalizing“ a new media form to fit old norms and practices. *Journalism*, 6(2), 173–198. <https://doi.org/10.1177/1464884905051009>
- Stanek, J. (2019, 18. Mai). Böhmermann, immer wieder Böhmermann. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/politik/ausland/jan-boehmermann-und-oesterreich-was-wusst-er-ueber-das-strache-video-a-1268123.html>
- Tankard, J. W. Jr. (2001). The empirical approach to the study of media framing. In S. D. Reese, O. H. Gandy & A. E. Grant (Hrsg.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (S. 95–106). Lawrence Erlbaum Associates.
- Tewksbury, D., & Riles, J. M. (2018). Framing in an interactive news environment. In P. D’Angelo (Hrsg.), *Doing news framing analysis II: Empirical and theoretical perspectives* (S. 137–162). Routledge.
- Tong, J. (2022). *Journalism, economic uncertainty and political irregularity in the digital and data era*. Emerald Publishing.
- Villinger, I. (2014). Riskante Wahlverwandtschaft: Medien und Skandale. In A. Gelz, D. Hüser, & S. Ruß-Sattar (Hrsg.), *Skandale zwischen Moderne und Postmoderne: Interdisziplinäre Perspektiven auf Formen gesellschaftlicher Transgression* (S. 293–304). De Gruyter.
- Vliegenthart, R., & Van Zoonen, L. (2011). Power to the frame: Bringing sociology back to frame analysis. *European Journal of Communication*, 26(2), 101–115. <https://doi.org/10.1177/0267323111404838>
- Vogelgesang, J., & Scharrow, M. (2012). Reliabilitätstests in Inhaltsanalysen: Eine Analyse der Dokumentationspraxis in Publizistik und Medien & Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, 57(3), 333–345. <https://doi.org/10.1007/s11616-012-0154-9>
- Zulli, D. (2020). Political scandals in the modern media environment: Applying a new analytical framework to Hillary Clinton’s Whitewater and e-mail scandals. *International Journal of Communication*, 14, 5218–5236. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/14397/3244>