

Ostfalia Hochschule für angewandte

Wissenschaften, Fachhochschule

Braunschweig/ Wolfenbüttel

Karl-Scharfenberg-Fakultät, Salzgitter

Erstprüfer: Prof. Dr. Marc-Christian Ollrog

Zweitprüfer: Jens Martens M.A.

Bachelorarbeit

**Krieg im Feed – eine quantitative Analyse der Instagram-
Berichterstattung deutscher Medien über den Nahostkonflikt**

17.10.2024

Name: Kim Marie Felten

Inhaltsverzeichnis	
Abkürzungsverzeichnis	II
Abbildungsverzeichnis:	III
1. Einleitung	1
1.1 Der Nahostkonflikt	3
1.2 Aufbau der Arbeit	4
2. Medien, Journalismus und Instagram: Eine theoretische Einordnung	6
2.1 Journalismus und Komplexität	7
2.2 Boulevardisierung der Medienlandschaft	8
2.3 Die Logik der Sozialen Medien	9
2.3.1 Die Plattform Instagram	11
2.3.2 Journalismus auf Instagram	12
3. Journalismus im Krieg	14
3.1 Entwicklung von Kriegsberichterstattung	16
3.2 Besonderheiten von Kriegsberichterstattung	18
3.3 Täter-Opfer-Darstellungen	20
4. Die ausgewählten Medien	22
5. Hypothesen	25
6. Methodik	27
6.1 Untersuchungskriterien	28
6.2 Pretest und Interkoder-Reliabilität	32
7. Ergebnisse	33
7.1 Allgemeine Erkenntnisse	33
7.2 Schwerpunkte der Berichterstattung	35
7.3 Darstellung von AkteurInnen	37
7.4 Bewertung der Konfliktparteien	39
7.5 Vergleich der Medien	41
8. Fazit	46
8.1 Zusammenfassung der Ergebnisse	46
8.2 Limitationen und Ausblick	50
Quellenverzeichnis	IV
Anhang	XIV
Codebuch	XIV
Häufigkeiten, Kreuztabellen und Signifikanzen	XVIII
Eidesstattliche Erklärung	XXIX

Abkürzungsverzeichnis

AGF	Arbeitsgemeinschaft Videoforschung
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
et al.	und andere
EU	Europäische Union
f	folgend
ff	fortfolgend
IWV	Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.
JIM	Jugend, Information, Medien
MDR	Mitteldeutscher Rundfunk
mpfs	Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
n	Größe der Stichprobe
NDR	Norddeutscher Rundfunk
p	Signifikanzwert
S.	Seite
TV	Fernsehen
UN	Vereinte Nationen
USA	Vereinigte Staaten von Amerika
vgl.	vergleiche
WDR	Westdeutscher Rundfunk
z.B.	zum Beispiel
ZDF	zweites Deutsches Fernsehen
ZMG	Zeitungsmarktforschung Gesellschaft

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Nahostregionen 2023, Quelle: ZDF, 2023	4
Abbildung 2: Menge der Beiträge nach Datum.....	34
Abbildung 3: Kriegsbezug der Beiträge	34
Abbildung 4: Art der Darstellung	35
Abbildung 5: Inhalt der Beiträge	36
Abbildung 6: Konflikthintergrund in der Bildunterschrift	36
Abbildung 7: Art des Inhalts.....	37
Abbildung 8: Akteursinformation.....	38
Abbildung 9: Darstellung der AkteurInnen	38
Abbildung 10: Nationalität der AkteurInnen	39
Abbildung 11: Bewertung der Konfliktparteien	40
Abbildung 12: Länderperspektive der Beiträge	40
Abbildung 13: Schuldzuweisung für den Kriegsbeginn	41
Abbildung 14: Verweise auf externe Inhalte.....	42
Abbildung 15: Sachlichkeit der Bildinhalte	43
Abbildung 16: Sachlichkeit der Textinhalte	44
Abbildung 17: Bewertung von Israel	45
Abbildung 18: Bewertung von Palästina	46

1. Einleitung

Am frühen Morgen des 07. Oktobers 2023 griff die Terrororganisation Hamas Israel vom Gazastreifen aus an. Israel erklärte daraufhin den Krieg. Ein Krieg, der bisher nicht wieder beendet werden konnte und der viele Menschen betrifft. (Zeit online, 2023). Zurück geht dieser Krieg auf die Konflikte, die es zwischen den beiden Staaten Israel und Palästina schon seit mehreren Jahrzehnten gibt. In der Vergangenheit gab es bereits mehrere Bemühungen um eine gewaltfreie Einigung, die bisher allerdings alle an Grenzfragen gescheitert sind. (Süddeutsche Zeitung, 2021). Diese ohne hin angespannte Situation ist jetzt erneut eskaliert - und zwar in einer Intensität, wie es sie seit 50 Jahren nicht mehr gegeben hat. (Zeit online, 2023). Auch wenn der Krieg sich geographisch gesehen weiter von Europa entfernt abspielt, sind seine Auswirkungen dennoch weitreichend spürbar.

Auch in Deutschland ist die Situation angespannt: Dem Bundesministerium des Innern und für Heimat zu Folge, sind rund sieben Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung muslimischen Glaubens. Von diesen haben 19 Prozent ihre Wurzeln im Nahen Osten. (Bundesministerium des Innern und für Heimat, 2024a). Etwa 95 Tausend Menschen in Deutschland gehören dem Bundesministerium zu Folge jüdischen Gemeinden an. Das macht die jüdische Gemeinschaft in Deutschland zu der dritt größten in ganz Europa. (Bundesministerium des Innern und für Heimat, 2024b). Seit Kriegsbeginn hat es vermehrt große Demonstrationen gegeben, die die deutsche Regierung und die EU zu mehr Solidarität mit Israel oder Palästina auffordern und die nicht immer friedlich ablaufen (Tagesspiegel, 2024). Sie machen deutlich, dass der erneute Krieg zwischen Israel und Palästina auch in Deutschland Auseinandersetzungen mit sich bringt und viele Menschen betroffen macht. Dass seitens der deutschen Bevölkerung ein Interesse an Informationen über den Nahostkonflikt besteht, kann demnach vorausgesetzt werden.

Wir leben in einem digitalen Zeitalter, in dem Kriege nicht mehr ausschließlich in klassischen Nachrichtenmedien thematisiert werden. Insbesondere bei jüngeren Menschen spielen auch die Sozialen Medien bei der Information und Diskussion über aktuelle Themen eine wichtige Rolle. (Thiel, 2023, S. 4). Dass sie auch in Deutschland eine nicht zu ignorierende Relevanz als Nachrichtenquelle haben, zeigt unter anderem der Digital News Report aus dem Jahr 2023: Hier belegten Soziale Medien bei der Frage nach den wöchentlich genutzten Nachrichtenquellen den dritten Platz, gleich nach Fernseh- und Radionachrichten (Reuters Institut, 2023, S. 19). Insbesondere in der Altersgruppe der 18- bis 24-jährigen werden die meisten Nachrichtenvideos über die Plattformen YouTube und Instagram konsumiert. (Reuters Institut, 2023, S. 43). Die Plattform Instagram ist vor allem visuell geprägt: Es

können Bilder oder Videos hochgeladen und durch Bildunterschriften ergänzt werden (about.instagram.com, 2024). Das Nachrichten daher anders aufbereitet werden müssen, liegt auf der Hand: Das Format ist neu und es steht weniger Platz zur Verfügung als innerhalb eines Fernsehbeitrags oder Zeitungsartikels. Dennoch findet Journalismus auf Instagram bereits statt: Insbesondere an und unmittelbar nach dem 07. Oktober 2023 war der Nahostkonflikt auf der Plattform sehr präsent (Tagesschau, 2023a). Die aktuelle Situation bietet daher die Gelegenheit, die Berichterstattung auf Instagram in den ersten Kriegstagen genauer zu untersuchen und herauszufinden, wie ein Krieg mit einem so komplexen Hintergrund auf Instagram aufbereitet wird. Denn während Kriegsberichterstattung im Allgemeinen ein Themenbereich ist, zu dem es bereits viele Untersuchungen gibt, stellt diese in den Sozialen Medien einen neuen Fall dar, der bisher kaum untersucht wurde. Die vorliegende Arbeit soll diese Lücke schließen und sich übergeordnet mit folgender Fragestellung auseinandersetzen:

Wie nutzen deutsche Medien den begrenzten Umfang der Plattform Instagram, um über den Nahostkonflikt zu berichten und inwiefern wird seine Komplexität dabei reduziert?

Dazu sollen untergeordnet folgende Vertiefungsfragen beantwortet werden:

1. Inwiefern werden visuelle und textliche Elemente genutzt, um Informationen zu simplifizieren und den Textumfang zu reduzieren?
2. Inwiefern wird die Berichterstattung den komplexen Verhältnissen zwischen den Kriegsparteien gerecht?
3. Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten gibt es zwischen den verschiedenen Medien?

Im Rahmen einer Querschnittstudie sollen Instagram-Beiträge erhoben werden, die von verschiedenen deutschen Medien an und kurz nach dem 07. Oktober 2023 veröffentlicht wurden (Diekmann, 2012, S. 304). Im Anschluss sollen die so gesammelten Daten mit einer quantitativen Inhaltsanalyse auf ihre textlichen und bildlichen Inhalte hin untersucht werden. Der Kommunikationsprozess lässt sich in drei Ebenen aufschlüsseln: Die des Senders, der Mitteilung und des Empfängers. Die Inhaltsanalyse setzt auf der Ebene der Mitteilung an: Sie ist insbesondere dazu geeignet Mitteilungen in Form von Texten, Bildern und Videos systematisch zu erheben und auszuwerten. Dabei können neben den Merkmalen der Mitteilung auch zusätzliche Informationen, beispielsweise den Sender betreffend, berücksichtigt werden. Ziel der Analyse ist es, auf dieser Basis Schlussfolgerungen über alle drei Ebenen des Kommunikationsprozesses formulieren zu können (Diekmann, 2012, S. 576ff.).

1.1 Der Nahostkonflikt

Der Nahostkonflikt hat seine Wurzeln im späten 19. Jahrhundert und gilt als der älteste ungelöste Regionalkonflikt mit internationaler Bedeutung (Johannsen, 2023, S. 1). Die jüdische Bevölkerung, die zu dieser Zeit in Europa lebte, hatte unter den Nachwirkungen der Verfolgung während des Holocausts zu leiden. Unter dem Namen Zionismus bildete sich daher eine Bewegung mit der Idee heraus, einen jüdischen Staat in der Region Palästina zu errichten. Zunehmend mehr Juden zogen daraufhin in das mittlerweile arabisch bevölkerte Gebiet, was zu wiederkehrenden Konflikten zwischen beiden Gruppen führte. (Wagener, 2023). Um diese anhaltenden Spannungen in den Griff zu bekommen, bildeten die Vereinten Nationen einen Sonderausschuss und verfolgte auf dessen Empfehlung hin eine Teilung des Landes in einen arabischen und einen jüdischen Staat. Dieser wurde allerdings nur von jüdischer Seite angenommen und durch die arabischen Staaten abgelehnt. Trotz dessen kam es am 14. Mai 1948 zur Ausrufung des israelischen Staats. (Johannsen, 2023, S. 17ff.). Als Reaktion darauf schickten die arabischen Staaten Syrien, Transjordanien, Ägypten, Irak und Saudi-Arabien Truppen in israelische Gebiete. Es kam zum ersten Nahostkrieg, der zu Gunsten Israels ausging und viele PalästinenserInnen zu Flüchtigen machte. (Wagener, 2023). Während er in Israel auch als Unabhängigkeitskrieg bekannt ist, wird er auf arabisch auch als Nakbar, die Katastrophe, bezeichnet. (Johannsen, 2023, S. 22). Auf diesen ersten folgten weitere Kriege und gewalttätige Auseinandersetzungen. In den 1990er Jahren wurde im Rahmen der Oslo-Friedensprozesse versucht, Kompromisse zwischen den Staaten zu finden. Streitthemen wie die Zukunft der palästinensischen Flüchtlinge konnten allerdings nicht gelöst werden und führten zum Scheitern der Verhandlungen. (Wagener, 2023)

Diese langanhaltenden Spannungen sind im letzten Jahr erneut eskaliert: Am 07. Oktober 2023 wurde Israel vom Gazastreifen aus angegriffen (vgl. Abbildung 1) und erklärte daraufhin den Krieg (Zeit online, 2023; Beyerle, 2024). Hinter dem Angriff steht die Hamas. Bei dieser handelt es sich um eine palästinensische Organisation, die durch die Europäische Union seit 2003 als terroristisch eingestuft wird. Sie gilt als radikal-islamistisch und hat seit 2007 die Kontrolle im Gazastreifen. Seither besteht seitens Israels eine weitgehende Blockade über das Gebiet. (Tanneberger, 2023). Bei dem Angriff wurden an die 1200 Menschen in Israel getötet und über 250 als Geiseln in den Gazastreifen verschleppt (Seibert, 2024; Babayiğit et al., 2024). An die 100 von ihnen werden bis heute festgehalten (Beyerle, 2024). Als Reaktion darauf hat das israelische Militär mehrere Luftangriffe gegen die Hamas und die diese unterstützende Hisbollah-Miliz im Libanon durchgeführt. Auch militärische Bodenoffensiven haben im Gazastreifen stattgefunden. Die USA unterstütze Israel durch militärische Verstärkung, während sich insbesondere Ägypten und

Katar um Vermittlung zwischen beiden Staaten bemüht. (Seibert, 2024). Da bei den Angriffen allerdings auch vermehrt Zivilisten getötet werden und es den Menschen im Gazastreifen durch die Blockade Israels zunehmend an Nahrung und medizinischer Versorgung fehlt, wird innerhalb und außerhalb der EU zunehmend auch Kritik am Vorgehen Israels geäußert (Bewerunge, 2024). Stand Oktober 2024, ein Jahr nach Kriegsbeginn, ist das Ausmaß der Zerstörung im Gazastreifen enorm. Nach Angaben des palästinensischen Gesundheitsministeriums sind mittlerweile fast 42.000 PalästinenserInnen getötet worden. Ein Ende ist bislang nicht in Sicht. (Bewerunge, 2024; Babayiğit, 2024) Auch in den USA und in Europa haben sich im Verlauf des letzten Jahres klare Fronten gebildet. Es kommt immer wieder zu Massenprotesten, in denen sich entweder für Israel oder Palästina eingesetzt wird. Teilweise kommt es bei diesen auch zu Vandalismus und gewalttätigen Auseinandersetzungen zwischen den verschiedenen Gruppen. (Tagesspiegel, 2024; ZDF, 2024)



Abbildung 1: Nahostregionen 2023, Quelle: ZDF, 2023

1.2 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit soll auf zwei verschiedenen Schwerpunkten aufgebaut werden: Dem Journalismus in den Sozialen Medien und der Kriegsberichterstattung. Beide werden im Folgenden zunächst auf theoretischer Ebene eingeordnet, bevor anschließend genauer auf die Methodik und die Ergebnisse eingegangen wird. In Kapitel 2 wird zunächst die grundlegende Rolle, die Medien und JournalistInnen innerhalb der Gesellschaft einnehmen, definiert. Darauf aufbauend wird in Kapitel 2.1 das Verhältnis von Journalismus und Komplexität genauer erläutert. Um die Forschungsfrage beantworten zu können, muss ebenfalls das

allgemeine Konzept der Komplexitätsreduktion hergeleitet werden. Kapitel 2.2 befasst sich ergänzend mit dem allgemeinen Trend zur Boulevardisierung innerhalb der Medienlandschaft und definiert Merkmale und Eigenschaften dieser. Anschließend wird in Kapitel 2.3 auf die Logik der Sozialen Medien eingegangen und erklärt, in welchen Punkten sich diese von den traditionellen Medien unterscheiden. Aufbau und Eigenschaften der Plattform Instagram werden in Kapitel 2.3.1 der Arbeit genauer erläutert. Um Hypothesen hinsichtlich des Aufbaus der Instagram-Beiträge aufstellen zu können, wird in Kapitel 2.3.2 untersucht, wie Journalismus auf Instagram bereits stattfindet. Zu diesem Zweck werden relevante Ergebnisse bereits durchgeführter Untersuchungen herangezogen und mit den bereits erläuterten Ansätzen der Komplexitätsreduktion und Boulevardisierung verknüpft. In Kapitel 3 wird der Begriff der Kriegsberichterstattung definiert und erläutert. Dabei wird ebenfalls thematisiert, wie sich die Anforderungen an JournalistInnen bei der Berichterstattung über Kriege und Konflikte verändern. Um die Thematisierung von Krieg in den Sozialen Medien zeitlich einordnen zu können, wird in Kapitel 3.1 ein Überblick über die Entwicklung der Kriegsberichterstattung gegeben. Aufgrund der hohen Visualität der Plattform Instagram liegt dabei ein besonderer Fokus auf der visuellen Darstellung von Kriegen und Konflikten im Zeitverlauf. In Kapitel 3.2 wird schließlich auf die Besonderheiten von Kriegsberichterstattung eingegangen, um darauf aufbauend Hypothesen bezüglich des Inhalts der Instagram-Beiträge aufstellen zu können. Die Konstruktion von Täter-Opfer-Bildern als Folge einer angenommenen Wechselwirkung zwischen Medien und Politik wird in Kapitel 3.3 untersucht. Dies lässt die Schlussfolgerung von Hypothesen zu, die sich mit der Darstellung der verschiedenen Parteien innerhalb des Nahostkonfliktes befassen. Kapitel 4 dieser Arbeit erläutert zunächst kurz deutsche Mediensystem und geht dann genauer auf die vier verschiedenen Medien ein, deren Instagram-Accounts für die anschließende Untersuchung ausgewählt wurden. So soll zum einen die Auswahl der Untersuchungsobjekte begründet werden. Zum anderen können auf dieser Basis Hypothesen gebildet werden, die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den verschiedenen Medien untersuchen. In Kapitel 5 werden anschließend auf der Grundlage des Theorieteils Hypothesen gebildet, die in Kapitel 6 anhand einer quantitativen Inhaltsanalyse geprüft werden. Die Ergebnisse dieser Analyse werden in Kapitel 7 anhand von Diagrammen dargestellt. Abschließend wird in Kapitel 8 ein Fazit gezogen, in dem die Ergebnisse zusammengefasst und die Forschungsfragen beantwortet werden. Limitationen werden ebenfalls aufgezeigt und ein Ausblick auf mögliche weiterführende Untersuchungen gegeben.

2. Medien, Journalismus und Instagram: Eine theoretische Einordnung

Nach Niklas Luhmann wissen wir alles, was uns über unsere Welt bekannt ist, durch die Massenmedien (Luhmann, 2017, S. 9). Mit diesem Satz wird den Massenmedien eine hohe Bedeutung für die Informationsvermittlung innerhalb der Gesellschaft zugeschrieben. Weiter bezeichnet er sie als ein gesellschaftliches System, das Informationen durch den Einsatz von Technologien verbreitet (Luhmann, 2017, S. 11f.). Dabei werden, wie bei jeder Kommunikation üblich, bestimmte Aspekte mit einbezogen, während andere weggelassen werden. Durch diese Selektion von Informationen tragen die Massenmedien zur Konstruktion von Realität innerhalb der Gesellschaft bei. Diese Realität ist jedoch nicht statisch, sondern wird durch die fortlaufende Kommunikation neuer Informationen immer wieder aktualisiert. (Luhmann, 2017, S. 125). Informationsvermittlung im professionellen Rahmen wird durch den Journalismus betrieben. Dabei wird Informationen, die im Kontext journalistischer Berichterstattung verbreitet werden trotz Fehlerquote ein erhöhter Wahrheitsanspruch entgegengebracht. (Luhmann, 2017, S. 40). Auch JournalistInnen haben dementsprechend einen nicht geringen Einfluss darauf, wie Menschen die Welt und Geschehnisse darin wahrnehmen. Ein genauerer Blick auf die Aufgaben des Journalismus ist daher angebracht.

Klaus Meier definiert den Journalismus-Begriff folgendermaßen: „Journalismus recherchiert, selektiert und präsentiert Themen, die neu, faktisch und relevant sind.“ (Meier, 2018, S. 14). Den Themen, die für die Berichterstattung ausgewählt werden, können demnach drei grundlegende Eigenschaften zugewiesen werden: Sie sind **neu**. Das meint, dass sie sich auf Ereignisse beziehen, die entweder gerade erst passiert sind oder einen direkten Gegenwartsbezug haben. Diese der Berichterstattung zu Grunde liegenden Ereignisse sind außerdem auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüft worden. Sie sind damit **faktisch**. Und sie sind wichtig für die Gesellschaft oder zumindest für die Zielgruppe des jeweiligen Mediums. Daher können sie als **relevant** bezeichnet werden. Der Journalismus macht diese Themen einem Massenpublikum zugänglich und stellt dadurch Öffentlichkeit her. (Meier, 2018, S. 14f.). So konstruiert er eine gemeinsame Realität, die Menschen bei der **Orientierung** in unserer komplexen Welt hilft (Luhmann, 2017, S. 125; Meier, 2018, S. 14). Eine der wichtigsten Aufgaben des Journalismus ist also die **Information** der Gesellschaft über eben diese Themen und Ereignisse. Zusätzlich hat er eine **Kritik- und Kontrollfunktion** der Regierung gegenüber. Indem er beispielsweise auf Ungerechtigkeiten oder Fehlentscheidungen hinweist und diese öffentlich kritisiert, bildet er neben den drei staatlichen Gewalten (Exekutive, Legislative und Judikative) eine vierte. Weiter hat er die Aufgabe möglichst viele Menschen und auch nicht politische AkteurInnen anzusprechen und einzubeziehen, um so **Beteiligung** zu ermöglichen. Wenn diese Aufgaben erfüllt werden,

kann so zur **Meinungsbildung** innerhalb der Gesellschaft beigetragen werden. (Meier, 2018, S. 15f.). Um diesen Anforderungen und Funktionen gerecht werden zu können, gilt der Anspruch der **redaktionellen Unabhängigkeit**. Das meint die Unabhängigkeit der Berichterstattung von privaten oder geschäftlichen Interessen Dritter oder aber der JournalistInnen selbst. (Meier, 2018, S.17)

2.1 Journalismus und Komplexität

Medien sollen „**umfassend, unabhängig, wahrheitsgemäß** und **ausgewogen** berichten, sollen globale Zusammenhänge verstehbar machen und gleichzeitig **Komplexität reduzieren**.“ (Behmer, 2016, S. 100). Die moderne Welt ist hochkomplex und nicht alle Menschen haben die Möglichkeit aktiv an verschiedenen Bereichen teilzunehmen. Aus diesem Grund ist es an Medien und JournalistInnen, mit den bereits erläuterten Eigenschaften und Funktionen, Transparenz in gesellschaftliche Verhältnisse zu bringen. Dabei werden die Ereignisse, über die berichtet wird, nicht in ihrer ganzen Vielschichtigkeit, sondern vereinfacht abgebildet. (Dernbach et al., 2019, S. 2). Dem Systemtheoretiker Manfred Rühl zufolge reduziert Journalismus so die Komplexität der Welt (Rühl, 1980, S. 187). Wenn Luhmann und Meier davon sprechen, dass Massenmedien und JournalistInnen durch die Auswahl und Vermittlung von Informationen eine gemeinsame Realität konstruieren, an der die Menschen sich orientieren können (Luhmann, 2017, S. 125; Meier, 2018, S. 14), meinen sie genau das: JournalistInnen wählen aus vielen möglichen Themen und Themenaspekten diejenigen aus, über die berichtet wird. Damit schaffen sie nicht nur eine gemeinsame Basis, an der die Menschen sich orientieren und über die sie kommunizieren können, sondern reduzieren ebenfalls die Komplexität der jeweiligen Themen und damit auch die der Welt.

Dieser Gedanke ist auch Kern der Agenda-Setting-Theorie, die auf McCombs und Shaw zurück geht. Dabei wird davon ausgegangen, dass Massenmedien einen Einfluss auf das Wissen und Denken des Publikums, eine sogenannte Agenda-Setting-Funktion, haben. So werden beispielsweise LeserInnen einer Zeitung erst durch das Lesen dieser auf ein bestimmtes Thema aufmerksam und können anhand der Menge an Informationen und der Platzierung des Artikels seine Priorität abschätzen. (McCombs & Shaw, 1972, S. 176ff.). Lang und Lang schlussfolgern daraus, dass Menschen Informationen in den meisten Fällen nur aus zwei Quellen beziehen: von anderen Personen in ihrem Umfeld oder aus den Massenmedien. Letztere haben daher die Macht, die Aufmerksamkeit des Publikums auf bestimmte Themen oder auch Themenaspekte zu lenken, in dem sie über sie berichten. (Lang & Lang, 1966, S. 466ff.). Komplexitätsreduktion erfolgt demnach neben **Vereinfachung** vor Allem durch **Selektion**. Diese Auswahl von Themen, die durch die Massenmedien oder

JournalistInnen immer wieder getroffen wird, ist dabei allerdings nicht die einzig richtige. Es sind immer auch andere Entscheidungen möglich. (Dernbach et al., 2019, S, 2f.).

Es ist festzuhalten, dass Komplexitätsreduktion generell zu den Aufgaben der Medien und JournalistInnen gehört. Die Welt in ihrer ganzen Komplexität abzubilden ist nicht möglich, daher wird **selektiv** und **vereinfacht** über Themen und Ereignisse berichtet. Die Art und Weise, wie Menschen die Welt wahrnehmen, wird zu einem nicht geringen Teil durch die Medien und somit auch den Journalismus beeinflusst.

2.2 Boulevardisierung der Medienlandschaft

„Boulevardisierung ist eine zunehmende inhaltliche und stilistische **Entpolitisierung** auf Programm- und Genreebene zugunsten unterhaltender Elemente in den Medien.“ (Donsbach & Büttner, 2005a, S. 25). Dieser Prozess verlaufe über einen längeren Zeitraum und zeichne sich neben der Entpolitisierung durch eine verstärkte Vermischung von Informationen und Unterhaltung aus. Dabei meint der Begriff der Entpolitisierung einen Rückgang politischer Beiträge in Anzahl und Umfang (Muckenhaupt, 1998, S. 113; Donsbach & Büttner, 2005a, S. 27), während andere Themen und Elemente in den Vordergrund rücken. Dieser Trend scheint in den letzten Jahren allerdings rückläufig zu sein: So hat Leidenberger (2015) einen Anstieg politischer Themen festgestellt (S. 287). Der Trend lässt sich allerdings auch an anderen Aspekten festmachen: Esser (1999) beschreibt Boulevardisierung als eine Veränderung in der Berichterstattung, die sich in der Themenauswahl, der Präsentationsform und der Ansprache der LeserInnen bemerkbar macht und insbesondere durch kürzere, stark visuelle und emotionale Inhalte charakterisiert werden kann (Esser, 1999, S. 2f.). Es kann demnach von einem zunehmenden Fokus auf **kurze Ereignisberichte** mit vermehrt visuellen Inhalten gesprochen werden, der einen **Verlust von Tiefe** innerhalb der Berichterstattung nach sich zieht (Esser, 1999, S. 304; Donsbach & Büttner, 2005a, S. 27). Die Zunahme an emotionalen Inhalten kann auch als **Emotionalisierung** bezeichnet werden (Muckenhaupt, 1998, S. 113; Donsbach & Büttner, 2005a, S. 27). Diese kann sich zum einen durch Musik (beispielsweise traurige oder dramatische) und emotionale Wortwahl innerhalb der Berichterstattung äußern. Sie findet insbesondere in der Fernsehberichterstattung häufig durch die Verwendung entsprechend emotionaler Bilder statt. (Leidenberger, 2015, S. 94). Die Faktoren der erhöhten **Visualität** und **Emotionalität** können demnach miteinander in Verbindung gebracht werden.

Ein weiteres Merkmal der Boulevardisierung ist die **Personalisierung** (Donsbach & Büttner, 2005a, S. 27), die sich in verschiedenen Ausprägungen äußern kann. In diesem Kontext müssen insbesondere drei verschiedene Arten der Personalisierung genannt werden: Unter

Symbolisierung wird die Darstellung ganzer politischer Gruppen und Institutionen durch einzelne Personen verstanden. So wird zum Beispiel die Meinung einer Partei oder eines ganzen Landes zu einem Thema durch eine einzelne Person abgebildet. Privatisierung meint, dass sich im Rahmen der Berichterstattung über eine Person, vorwiegend auf Details aus ihrem Privatleben fokussiert wird. (Wegener, 2001, S. 123). Hierarchisierung beschreibt die Tatsache, dass häufig nur wenige Personen für die Berichterstattung ausgewählt werden, die wiederum wichtige Ämter und einen hohen Status genießen (Marcinkowski & Greger, 2000, S. 183). Die Zunahme von **Negativität** und **Konflikthaftigkeit** innerhalb der Berichterstattung werden ebenfalls mit der Boulevardisierung der Medienlandschaft in Verbindung gebracht (Donsbach & Büttner, 2005a, S. 30; Leidenberger, 2015, S. 93). Darunter fallen neben anderen Ereignissen mit einem negativen Hintergrund, auch kriegerische Auseinandersetzungen (Leidenberger, 2015, S. 93), wie sie in dieser Arbeit thematisiert werden sollen.

Der Trend zur Boulevardisierung zeichnet sich darüber hinaus durch einen zunehmenden **Sensationalismus** aus. Unter diesem wird ein gezielter Spannungsaufbau durch Sprache und Bilder verstanden. Er zeichnet sich insbesondere durch schockierende Bilder, Übertreibungen und **Skandalisierung**, also das Aufbauschen bestimmter Ereignisse, aus. (Donsbach & Büttner, 2005b, S. 21ff.). Dabei scheint der zunehmende Konkurrenzdruck zwischen verschiedenen Medienunternehmen die Boulevardisierungstendenzen zu begünstigen, weswegen diese bei privaten Sendern teils stärker ausgeprägt sind als bei öffentlich-rechtlichen (Donsbach & Büttner, 2005a, S. 35; Leidenberger, 2015, S. 293).

2.3 Die Logik der Sozialen Medien

Die Sozialen Medien haben den kommunikativen Austausch zwischen Menschen stark beeinflusst. Dabei ist die Bezeichnung **Soziale Medien** (englisch: Social Media) weit gefasst: Taddicken & Schmidt definieren sie als „Sammelbegriff für Angebote auf Grundlage digital vernetzter Technologien, die es Menschen ermöglichen, Informationen aller Art zugänglich zu machen und davon ausgehend soziale Beziehungen zu knüpfen und/oder zu pflegen.“ (Taddicken & Schmidt, 2022, S. 5). Als Soziale Medien können demnach alle **digitalen** Medien bezeichnet werden, die die **soziale Interaktion** ihrer NutzerInnen **fördern**, indem sie es ihnen ermöglichen, **Inhalte** zu **erstellen** und miteinander zu **teilen** (Taddicken & Schmidt, 2022, S. 5f.). Die Informationserstellung und -verbreitung folgt hier dementsprechend anderen Regeln als in den traditionellen Medien, an die sich auch die JournalistInnen anpassen müssen. Van Dijck und Poell (2013) haben vier zentrale Elemente identifiziert, an denen diese Unterschiede deutlich werden:

Ein wichtiger Aspekt ist die **Programmierbarkeit**. Anders als in den traditionellen, können Inhalte in den Sozialen Medien nicht nur einseitig programmiert werden. NutzerInnen können selbst Beiträge erstellen und steuern. Die Medienlandschaft hat demnach an Dynamik und Interaktivität zugenommen. (Van Dijk & Poell, 2012, S. 5f.). Für JournalistInnen ergibt sich daraus die Möglichkeit, die Sozialen Medien zu Recherche zwecken einzusetzen. Sie können verschiedene AkteurInnen im Blick behalten und von ihnen geteilte Inhalte als Informationsquelle nutzen. (Neuberger, 2022, S. 88). So können zum einen Stimmen zitiert, zum anderen aber auch Meinungsverteilungen zu bestimmten Themen schneller beobachtet werden (Neuberger et al., 2014, S. 57ff.).

Ebenfalls verändert hat sich die Art und Weise, in der Themen bekannt werden, also **Popularität** erhalten. Was in den traditionellen Medien meist das Ergebnis von redaktionellen Entscheidungen und Fähigkeiten war, baut in Sozialen Medien auf Algorithmen und Nutzerentscheidungen auf. Beiträge, die von NutzerInnen als ansprechend und interessant bewertet werden, erreichen durch deren Interaktion eine höhere Sichtbarkeit. (Van Dijk & Poell, 2012, S. 6). Die Reichweite eines Beitrags hängt somit nicht mehr nur von seiner Qualität, sondern auch von den Regeln und Funktionsweisen der jeweiligen Plattform ab. Der Journalismus muss sich an diesen orientieren und steht verstärkt mit den vielen anderen Angeboten in Konkurrenz um Aufmerksamkeit der NutzerInnen (Neuberger, 2022, S. 92ff). Da ein Zusammenhang zwischen dem zunehmenden Konkurrenzdruck zwischen den verschiedenen Medien und dem Trend zur Boulevardisierung angenommen wird, kann davon ausgegangen werden, dass dieser in den Sozialen Medien weiter begünstigt wird (siehe Kapitel 2.2). Da sich alle Medien gleichermaßen den Regeln der Plattformen anpassen müssen, ist außerdem anzunehmen, dass der Unterschied zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Medien hier weniger ausgeprägt ist als in den traditionellen Medien. Darüber hinaus umfassen Soziale Medien viele verschiedene Plattformen. Diese Diversität kann ebenfalls eine Herausforderung für JournalistInnen darstellen: Sie müssen neben der eigenen Website noch viele weitere Kanäle mit Inhalten versorgen. Diese können auch nicht immer übernommen werden, sondern müssen an die jeweiligen Plattformspezifika angepasst und somit unterschiedlich aufbereitet werden. (Neuberger, 2022, S. 91).

Ein weiterer zentraler Unterschied ist die **Konnektivität**. Es geht nicht länger nur um die Verbindung zwischen Medienorganisationen auf der einen und einem großen Publikum auf der anderen Seite. NutzerInnen haben vielmehr die Möglichkeit auch untereinander Inhalte zu teilen, was eine grundlegende Veränderung der Informationsverbreitung nach sich zieht. (Van Dijk & Poell, 2012, S. 8). Durch diese Vernetzung ist es dem Publikum ebenfalls möglich, direktes Feedback zu journalistischen Beiträgen zu geben und auch Kritik zu äußern

(Neuberger, 2022, S. 90). JournalistInnen können Reaktionen der ZuschauerInnen beobachten und so auch schneller auf kritische Stimmen reagieren (Neuberger et al., 2014, S. 66f.). Zuletzt unterscheidet sich auch die Frequenz der **Datenverarbeitung** in Sozialen Medien stark von der in den traditionellen. So werden in den Sozialen Medien vermehrt Datenanalysen eingesetzt, um das Nutzerverhalten zu verstehen. Das erlaubt es, Inhalte stärker zu personalisieren und an die Zielgruppe anzupassen. (Van Dijk & Poell, 2012, S. 11)

Es wird deutlich, dass die Sozialen Medien die Art und Weise, wie Informationen verbreitet werden, stark verändert haben. Daraus ergeben sich für den Journalismus neue Umstände, die sowohl Chancen als auch Herausforderungen darstellen können. Insbesondere die Aspekte der veränderten Programmierbarkeit und Konnektivität sorgen allerdings dafür, dass alle Menschen in der Lage sind, Inhalte zu erstellen und zu teilen. Die bereits erläuterten Aufgaben des Journalismus müssen demnach weiter ergänzt werden: JournalistInnen sind in den Sozialen Medien nicht mehr nur dafür zuständig Informationen auszuwählen und zu vermitteln. Sie nehmen zusätzlich auch eine **navigierende** und **moderierende** Rolle ein. (Neuberger, 2022, S. 94). Daraus lässt sich ableiten, dass die Orientierungsfunktion des Journalismus angesichts der Fülle von Informationen in den Sozialen Medien an Relevanz zunimmt. Es ist ebenfalls festzuhalten, dass sich keine klaren Kriterien für Journalismus in den Sozialen Medien definieren lassen. Da er sich an die jeweiligen Funktionen und Regeln der verschiedenen Plattformen anpassen, können sich seine Ausprägungen und Merkmale zwischen diesen selbst innerhalb desselben Medienunternehmens unterscheiden. Wie und in welchem Umfang Komplexität reduziert wird, ist demnach ebenfalls von den Plattformspezifika abhängig.

2.3.1 Die Plattform Instagram

Die Social Media Plattform Instagram existiert seit 2010 und gehört seit 2012 zu Facebook (Meta). Nutzer können hier Bilder und Videos in Form von Beiträgen oder Storys hochladen, einander Folgen, Beiträge teilen, liken und kommentieren. (about.instagram.com, 2024a). Das Hochladen von Inhalten ist allerdings nur in einem bestimmten Rahmen möglich: Innerhalb eines Beitrags können bis zu 20 Bilder und Videos (Reels) in einem sogenannten Karussell hochgeladen werden. (business.instagram.com, 2024a). Dabei dürfen Reels höchstens 90 Sekunden lang sein (about.instagram.com, 2024b). Die Bilder können durch einen Text (Bildunterschrift, englisch: Caption) ergänzt werden. Wenn dieser allerdings eine Länge von 125 Zeichen überschreitet, wird er verkürzt angezeigt. NutzerInnen müssen dann auf ein angezeigtes *mehr* klicken, um den ganzen Text lesen zu können. (business.instagram.com, 2024b). Der Fokus liegt also verstärkt auf den visuellen Inhalten der Beiträge. Informationen müssen demnach diesem Rahmen angepasst und Komplexität

anders und stärker reduziert werden als in den traditionellen Medien. Der Digital News Report 2023 lässt trotz dieser Umstände auf eine Relevanz der Plattform als Nachrichtenquelle schließen (siehe Kapitel 1). Dies lässt sich durch weitere Studien bestätigen:

Im Rahmen der ARD/ZDF-Onlinestudie wird seit 1997 jährlich die Internetnutzung der Menschen in Deutschland untersucht (ZDF-Werbefernsehen, 2023). Im Jahr 2023 wurden dabei 1501 deutschsprachige Personen repräsentativ ausgewählt und zwischen dem 6. März und dem 09. April befragt. Davon 70 Prozent telefonisch, 30 Prozent über ein repräsentatives Onlinepanel. (ARD/ZDF-Onlinestudie, 2023, S. 3f.). Dabei konnte festgestellt werden, dass Soziale Medien von 35 Prozent der Befragten an einem normalen Tag genutzt werden. Die Plattform Instagram wird dabei von 35 Prozent mindestens wöchentlich genutzt und ist damit die meistgenutzte Social Media Plattform in Deutschland (ARD/ZDF-Onlinestudie, 2023, S.3). Die JIM-Studie aus dem Jahr 2023 zeichnet ein ähnliches Bild: Die Untersuchung wird seit 25 Jahren vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest durchgeführt und dokumentiert jährlich den Medienkonsum der 12 bis 19-jährigen in Deutschland. Insgesamt wurde 1200 Jugendliche repräsentativ befragt. (mpfs, 2023, S. 2). Hier nannten 31 Prozent der Befragten Instagram als wichtigste App auf ihrem Smartphone. Im Vergleich ist sie damit die zweitwichtigste App nach WhatsApp (mpfs, 2023, S. 27). Darüber hinaus gaben 29 Prozent an, Instagram zu nutzen, um sich über das aktuelle Weltgeschehen zu informieren. In der Altersgruppe der 18 bis 19-jährigen waren es 40 Prozent. (mpfs, 2023, S. 44f.).

Dass seitens des Publikums eine nicht geringe Nachfrage an journalistischen Inhalten auf Instagram besteht, wird durch diese Studien deutlich. Für den Journalismus stellt sich demnach die Frage, wie die Plattform genutzt werden kann und sollte (Graßl & Schützender, 2022, S. 2).

2.3.2 Journalismus auf Instagram

Journalismus auf Instagram ist vergleichsweise jung. Einige Untersuchungen, die sich mit den Eigenschaften der Berichterstattung auf der Plattform beschäftigen, sind in den letzten Jahren dennoch durchgeführt worden.

Schon im Jahr 2019 wurde durch Vászques-Herrero et al. untersucht, wie Medienunternehmen aus verschiedenen Ländern Instagram-Stories nutzen. Dazu wurden insgesamt 1938 Storys von insgesamt 17 Medienplattformen einer Inhaltsanalyse unterzogen. (Vászques-Herrero et al., 2019, S. 3f.). Dabei konnte festgestellt werden, dass Instagram-Stories zunehmend an Bedeutung gewinnen. Außerdem passten die Medien ihre Nachrichteninhalte an die Funktionalitäten von Instagram an. Das äußerte sich beispielsweise

darin, dass **spezifische Nachrichteninhalte** eigens für die Plattform produziert wurden. Vermehrt wurden auch **Links** genutzt, um den Fokus auf die Website des jeweiligen Medienunternehmens zu lenken. (Vászques-Herrero et al., 2019, S. 4f.). Im Rahmen der Studie *Storys Told, Storys Linked: Die Instagram-Nutzung deutscher, britischer und US-amerikanischer Medienunternehmen* haben Planer et al. im Dezember 2020 ebenfalls die Berichterstattung verschiedener Medienunternehmen über Instagram-Storys untersucht. Dazu sind Storys von deutschen, britischen und US-amerikanischen Medienhäusern einer qualitativen Inhaltsanalyse unterzogen worden. (Planer et al., 2022, S. 173). Die Untersuchung ergab, dass die Mehrheit der Medienunternehmen ein einheitliches Layout für alle Instagram-Storys verwendeten und insbesondere Deutsche Medienhäuser nur selten von ihrem üblichen Design abwichen (Planer et al., 2022., S., 173). Außerdem konnte in Erfahrung gebracht werden, dass die Inhalte der Storys sich bei allen Medienhäusern ähnelten: **Aktuelle Themen** wie die Coronapandemie oder **saisonale Ereignisse** wie Weihnachten haben bei allen Untersuchten eine große Rolle gespielt. (Planer et al., 2022, S. 174). Bei der Darstellung von Personen grenzen sich deutsche Medien von britischen und US-amerikanischen ab: Besonders in öffentlich-rechtlichen Medienhäusern wurden hier häufig Reporter eingesetzt, um durch die Instagram-Storys zu führen. (Planer et al., 2022, S. 174f.). Als **beliebtestes Medienelement** konnten **Fotos** ausgemacht werden, während Videos nur von einigen Medienhäusern genutzt wurden. Die verwendete **Sprache** wurde überall als überwiegend **professionell, formell** und **neutral** bewertet. (Planer et al., 2022, S. 175.).

Es existieren ebenfalls Studien, die sich mit der Berichterstattung über Instagram-Beiträge beschäftigen. So hat Jonathan Hendrickx in der Arbeit *The Rise of Social Journalism: An Explorative Case Study of a Youth-Oriented Instagram News Account* Nachrichteninhalte in Form von Instagram-Beiträgen untersucht. Dabei wurde ein Mixed-Method-Design genutzt, um den öffentlich-rechtlichen Instagram-News-Account @nws.nws.nws, der sich insbesondere an 13- bis 17-Jährige in Belgien richtet, zu analysieren. (Hendrickx, 2021, S. 2). Mit einer quantitativen Inhaltsanalyse wurden alle Beiträge untersucht, die zwischen dem 16. März und dem 04. April 2021 auf dem Account veröffentlicht wurden. Der qualitative Teil bestand aus Interviews mit vier Mitarbeitern des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, die im Jugend-Nachrichtenbereich tätig sind. (Hendrickx, 2021, S. 7f.). Die Studie zeigt, dass der Account während des Untersuchungszeitraumes im Durchschnitt fünf Beiträge pro Tag und drei Bilder pro Beitrag veröffentlichte. Die Frequenz war dabei unregelmäßig: So wurden an Wochenenden häufig weniger und im Fall von **Eilmeldungen** mehr Beiträge hochgeladen. Diese stellten meist **Bilder** oder eine **Kombination aus Bildern und Videos** dar. Beiträge, die nur aus Videos bestanden, waren am seltensten. (Hendrickx, 2021, S. 9f.). Darauf

aufbauend wurden in einer späteren Studie die Verlagerung des Nachrichtenjournalismus auf Instagram und TikTok untersucht. Dazu wurden insgesamt 458 Beiträge von neun Medienunternehmen aus verschiedenen europäischen Ländern einer Inhaltsanalyse unterzogen. (Hendrickx & Vászques-Herrero, 2024, S. 1059f.). Die Ergebnisse zeigen, dass NachrichtenanbieterInnen auf Instagram mehr Inhalte veröffentlichten als auf TikTok, während auf TikTok mehr mit gestalterischen Möglichkeiten wie Stickers oder GIFS experimentiert wurde. (Hendrickx & Vászques-Herrero, 2024, S. 1062f.). Auf Instagram tendierten Medienunternehmen ebenfalls dazu, **Schlagzeilen** in Form von **Bildern mit Zitaten** und **kurzen Videos** darzustellen. Oft wurden mehrere Bilder in einem Beitrag als sogenanntes **Karussell** hochgeladen und häufig mit einer längeren Bildunterschrift ergänzt. Der Fokus lag dabei auf **Updates** oder **Eilmeldungen**. (Hendrickx & Vászques-Herrero, 2024, S. 1064.).

Diese Studien geben erste Einblicke, in die journalistische Berichterstattung, die auf der Plattform Instagram stattfindet. Verschiedene Medien nutzen meistens Bilder oder seltener auch Videos, um Nachrichten kompakt und ansprechend zu präsentieren. Dabei wurde sich thematisch meist an aktuellen Ereignissen und Eilmeldungen in Form von Schlagzeilen orientiert. Als wichtige Kriterien zur Auswahl von Themen lassen sich auf Instagram demnach insbesondere **Visualität** und **Aktualität** ausmachen. Der Fokus auf Bilder in Kombination mit Schlagzeilen lässt die Vermutung zu, dass die generelle Boulevardisierung der Medien auf Instagram weiter begünstigt wird.

3. Journalismus im Krieg

Journalismus kann an alle gesellschaftlichen Teilsysteme anknüpfen. Die Bandbreite an potenziellen Themen ist demnach sehr hoch. (Neuberger, 2019, S. 32). Um darauf reagieren zu können, bilden sich verschiedene Ressorts innerhalb einer Redaktion, die auf verschiedene gesellschaftliche Bereiche spezialisiert sind (Rühl, 1979, S. 233). Kriegen wird von journalistischer Seite eine hohe Bedeutung zugeschrieben (Löffelholz, 1993, S. 22). Das kann darauf zurückgeführt werden, dass sie relevante Ereignisse sind, die sich noch dazu negativ auf die Freiheit und das Leben von Menschen auswirken (Jungblut, 2022, S. 314). Auch im Rahmen der Boulevardisierung sind Kriege und Konflikte ein beliebtes Thema (siehe Kapitel 2.2). Der Teil des Journalismus, der sich mit Kriegen auseinandersetzt, kann als Kriegsjournalismus bezeichnet werden. Der Begriff der **Kriegsberichterstattung** umfasst die Thematisierung aller Ereignisse mit Kriegsbezug. Dabei machen direkte Kampfhandlungen, die sich in Gewalt, Tod und Zerstörung äußern, nur einen von mehreren Aspekten aus. Auch beispielsweise Pressekonferenzen, Expertengespräche oder

diplomatische Bemühungen, können Gegenstände von Kriegsberichterstattung sein. (Staiger, 2004, S. 152). Der Begriff kann sich darüber hinaus auch auf die Vor- und Nachkriegszeit beziehen und Konflikte einschließen, aus denen letztlich kein Krieg geworden ist (Bilke, 2008, S. 140).

Die grundlegenden Aufgaben des Journalismus, wie sie in Kapitel 2 dieser Arbeit definiert wurden, lassen sich auch auf Kriegsberichterstattung übertragen. Aufgrund der verschärften Umstände liegt der Fokus allerdings verstärkt auf dem Beitrag, den sie zur demokratischen Meinungsbildung innerhalb der Gesellschaft leistet. Das ist darauf zurückzuführen, dass seitens des Publikums eine hohe Nachfrage an vertrauenswürdigen Informationen über Konflikte und Kriege als Orientierungshilfe besteht. (Bilke, 2008, S. 140f). Diese Informationen können in den meisten Fällen nicht selbst beobachtet werden: Sei es aus Gründen der Sicherheit oder des zeitlichen und finanziellen Aufwands, den die Reise in ein Konfliktgebiet mit sich bringen würde. Das Wissen darüber wird daher hauptsächlich den Medien entnommen. (Wilke, 2005, S. 83; Bilke, 2008, S. 140; Wolff, 2018, S. 3). Es kann demnach von einer Abhängigkeit der Gesellschaft von den Informationen der Massenmedien gesprochen werden, was eine große Verantwortung dieser mit sich bringt (Wolff, 2018, S. 3). Das Bedürfnis nach einer umfangreichen und qualitativ hochwertigen Kriegsberichterstattung ist dementsprechend groß. Dabei sollen Kriege begreifbar gemacht, Hintergründe erläutert und komplexe Verhältnisse ohne zu starke Vereinfachung reduziert werden. (Behmer, 2016, S. 75f.). Es gelten zum einen, wie auch in Friedenszeiten, die allgemeinen journalistischen Qualitätskriterien der **Wahrhaftigkeit, Richtigkeit, Relevanz** und **Vermittlung**. Die Brücke zur Kriegsberichterstattung kann durch das Kriterium der **Konfliktsensitivität** gebildet werden. Das meint eine gewisse **Empathie** im Rahmen der Berichterstattung, die die gesellschaftlichen Umstände und die **Einordnung** von Eskalationen oder Lösungsvorschlägen mit einbezieht. Dabei wird ebenfalls das Konzept des Friedensjournalismus, eingeschlossen. (Bilke, 2008, S. 19f.). Dieser ist vor allem auf den Faktor des wertrationalen journalistischen Handelns fokussiert (Hanitzsch, 2004, S. 172) und geht davon aus, dass JournalistInnen einen Friedensauftrag haben (Wolff, 2018, S. 3). Sie sollen demnach insbesondere über mögliche Lösungen und Friedensinitiativen berichten und so einen Beitrag zur friedlichen Auflösung von Konflikten leisten (Hanitzsch, 2004, S. 172f.).

Es lässt sich festhalten, dass der Begriff der Kriegsberichterstattung komplex ist und die Anforderungen an die JournalistInnen vielfältig. Besonders interessant im Hinblick auf die Forschungsfrage ist, dass das bereits erläuterte Konzept der Komplexitätsreduktion auch hier gilt: Die Hintergründe der Kriege sollen greifbar gemacht und ihre Komplexität gleichzeitig reduziert werden, ohne dabei zu viel zu Vereinfachen.

3.1 Entwicklung von Kriegsberichterstattung

Kriegerische Auseinandersetzungen werden von Menschen schon seit Beginn der Zivilisation dargestellt (Preußner, 2005, S. 9f.). Sie waren schon wiederkehrende und dominante Themen von Flugblättern, die im 15. und 16. Jahrhundert noch unregelmäßig verteilt wurden. Mit dem Dreißigjährigen Krieg von 1618 bis 1648 erlebten die Wochenzeitungen einen ersten Aufschwung. Seit dieser Zeit haben Kriege in der journalistischen Berichterstattung einen hohen Stellenwert. (Wilke, 2016, S. 23). Dabei hat sich der gezielte Einsatz von Informationen schon früh und anhaltend als eigenes Mittel zur Kriegsführung herausgebildet: Zum einen kann auf diese Weise die Zivilbevölkerung an den Entwicklungen an der Front teilhaben, zum anderen können verschärfte Berichte und Falschmeldungen genutzt werden, um den Gegner einzuschüchtern oder zu verwirren. (Dominikowski, 2004, S. 62)

In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts stieg die Bedeutung der Tageszeitungen stark an. Gleichzeitig veränderte sich die gängige Kriegsführung: Aus Berufsarmeen wurden nach und nach Freiwilligen- und Wehrpflichtarmeen, was eine entsprechende Vorbereitung und Betreuung der Bevölkerung notwendig machte. Das führte dazu, dass die Medien zunehmend in die Kriegsvorbereitung und -führung integriert wurden. (Dominikowski, 2004, S. 62f.). So führte beispielsweise Napoleon Bonaparte sogenannte Armeezeitungen ein, die in seinem Sinne über das Kriegsgeschehen berichteten, um die öffentliche Meinung zu beeinflussen (Wilke, 2016, S. 26ff.).

Der Krimkrieg von 1853 bis 1856 gilt als erster Pressekrieg der Geschichte. JournalistInnen berichteten erstmals selbst von der Front und setzten Fotos als neues Medium ein. Die Zivilbevölkerung hatte so also regelmäßig Zugang zu Informationen und Bildern direkt aus dem Geschehen. Das Bild, das auf diese Weise von Krieg vermittelt wurde, war allerdings nicht unbedingt authentisch: Durch die noch wenig erprobte Fototechnik und Einflussnahmen, beispielsweise durch die englische Regierung, zeigten die Bilder meist nur Soldaten hinter den Kampflinien und keine Schlachtszenen. (Dominikowski, 2004, S. 63f.). Die Berichte zeichneten sich insbesondere dadurch aus, dass die JournalistInnen selbst als Augenzeugen, also aus der Ich-Perspektive, schrieben. Auch in den Bildern traten sie teils selbst als BeobachterInnen auf, was eine besonders hohe Anschaulichkeit mit sich brachte. (Daniels, 2006, S. 49ff.). Maßnahmen zur Zensur der Presse existierten noch nicht, da die Anwesenheit der JournalistInnen in den Kriegsgebieten für das Militär eine noch neue Situation darstellte (Dominikowski, 2004, S. 63). Nachdem der Journalist William Howard Russel dafür kritisiert wurde, in seinen Berichten zu viele und zu detaillierte sicherheitsrelevante Informationen preiszugeben, wurde schließlich eine Zensur eingeführt. (Daniels, 2016, S. 49f.). Mit dem amerikanischen Sezessionskrieg entwickelte sich Krieg zu

einem Medienereignis. Viele JournalistInnen wurden eingesetzt und standen so in Konkurrenz um die schnellste und exklusivste Berichterstattung. Der Aktualitätsbegriff gewann stark an Bedeutung und wurde zu einem entscheidenden Faktor. (Dominikowski, 2004, S. 65)

Im ersten Weltkrieg wurden der Presse in Deutschland und anderen Ländern starke Zensuren auferlegt. Die militärische Kriegsführung wurde erstmals durch eine psychologische ergänzt, die sich im gezielten Einsatz von Kriegspropaganda äußerte. (Wilke, 2016, S. 33f.). So wurden durch meist überzogen dargestellte Gräueltgeschichten Feindbilder erzeugt, die den Hass zwischen den verschiedenen Parteien verstärkten. Insbesondere die Alliierten versuchten das Durchhaltevermögen ihrer Armeen und der Bevölkerung zu erhöhen, in dem sie grausame Bilder und Berichte über deutsche Soldaten verbreiteten. (Dominikowski, 2004, S. 66). Nach dem die deutsche Presse im ersten Weltkrieg nicht wirklich mit dieser Propaganda seitens Englands und Frankreich mithalten konnte, wurde sie durch Joseph Goebbels vor und während des zweiten Weltkrieges weiterentwickelt und perfektioniert (Wilke, 2016, S. 34). Ausgebildete militärische Einheiten, sogenannte Propaganda-Kompanien, berichteten als Reporter von der Front und setzten dabei insbesondere die neuen Medien Film und Hörfunk ein. (Dominikowski, 2004, S. 69f.)

Mit dem Vietnamkrieg fand Kriegsberichterstattung ihren Weg ins Fernsehen. So wird der Konflikt im Nachhinein als erster Fernsehkrieg bezeichnet und gilt als erster Krieg, der aus dem Wohnzimmer verfolgt werden konnte. (Klein, 2012, S. 7). Als die USA dem Konflikt beitraten, starteten sie eine große PR-Kampagne, indem sie JournalistInnen nach Vietnam einluden, um von dort aus zu berichten. Die Fernsehbilder waren allerdings nicht realitätsgetreu: Kampfscenen konnten aufgrund der Unübersichtlichkeit auf dem Schlachtfeld und der begrenzten technischen Möglichkeiten nur selten gezeigt werden. Hauptsächlich waren demnach harmlosere Aufnahmen, wie beispielsweise von startenden Hubschraubern zu sehen. Teils wurden auch Kämpfe für das Fernsehen nachgestellt. (Dominikowski, 2004, S. 71f.). Zensuren und Auflagen gab es kaum. Diese uneingeschränkte und daher teils kritische Berichterstattung trug dazu bei, dass die Unterstützung für den Krieg in den USA stark zurück ging und schließlich die Friedensbewegung entstand. (Klein, 2012, S. 7). In den nachfolgenden Kriegen wurde die Berichterstattung daher wieder stärker zensiert. So hatten JournalistInnen im Golfkrieg 1991 keinen direkten Zugang zu den Kriegsgebieten und waren auf durch das Militär vermittelte Informationen angewiesen. Dennoch entwickelten sich die technischen Möglichkeiten weiter: 1991 wurden erstmalig Live-Schalten in Kriegsgebiete möglich. Dadurch konnte den ZuschauerInnen ein neues Gefühl von Aktualität vermittelt

werden, das aber nicht unbedingt auch mit mehr Informationen einherging. Die Bilder, die gezeigt wurden, waren meist wenig aussagekräftig. (Dominikowski, 2004, S. 74f.)

Das Internet hat dafür gesorgt, dass sich die Quellen, aus denen Informationen über Kriege bezogen werden können, erweitert haben: Mit dem Golfkrieg 2003 kamen sogenannte Weblogs oder Warblogs auf, in denen Reporter oder ZivilistInnen Informationen teilen und sich in Communities austauschen konnten. (Bucher, 2004, S. 276). Die Grenzen zwischen persönlicher und journalistischer Kommunikation sind somit erstmals verschwommen. Foren ermöglichten erstmals einen Austausch untereinander, was wiederum die Interaktivität stark erhöhte. (Bucher, 2004, S. 286). Diese Ausprägung hat sich durch die Sozialen Medien noch einmal verstärkt: Bilder und Videos direkt aus dem Kriegsgeschehen können mittlerweile schnell und weitreichend verbreitet werden. Dieses Material, das teils auch von ZivilistInnen veröffentlicht wird, auf seine Verlässlichkeit hin zu überprüfen kann allerdings eine Herausforderung darstellen. (Gregory, 2015, S. 5f.). Darüber hinaus beschränken Sprach-, Kultur- und Wissensbarrieren die Möglichkeiten der RezipientInnen, sich auf Basis dieser Informationen ein umfassendes Bild über die Geschehnisse zu bilden. Sie sind daher weiterhin auf die Übersetzung und Einordnung durch JournalistInnen und Massenmedien angewiesen. (Wolff, 2018, S. 3)

Dass Kriege stark zur Weiterentwicklung und Optimierung von Medien beigetragen haben, ist deutlich zu erkennen. Die Medien, die wir heute haben, sind zu einem nicht geringen Teil auf ihre Nutzung in Kriegen zurückzuführen. (Dominikowski, 2004, S. 78f.). Es lässt sich außerdem festhalten, dass Kriege schon seit den Anfängen der Fotografie visuell aufbereitet und dargestellt werden.

3.2 Besonderheiten von Kriegsberichterstattung

Das letzte Kapitel zeigt deutlich, dass die Berichterstattung in Kriegszeiten besonderen Umständen unterliegt: JournalistInnen haben meist nur begrenzt Zugang zu Konfliktschauplätzen (Dominikowski, 2004, S. 59f.; Wolff, 2018, S. 2). Sie sind demnach auf Darstellungen der Kriegsparteien angewiesen (Bilke, 2008, S. 140). So fehlt es teils an notwendigem Hintergrundwissen und die Gefahr der Einflussnahme und Propaganda durch die verschiedenen kriegführenden Parteien besteht (Wolff, 2018, S. 2). Äußere Versuche, die Berichterstattung im eigenen Sinne zu beeinflussen gibt es demnach vermehrt, was Risiken für die JournalistInnen mit sich bringt. Dem gegenüber steht das große Interesse der Gesellschaft an verlässlichen Informationen (Bilke, 2008, S. 13). Auch wenn sich die Aufgaben der JournalistInnen im Krieg nicht grundlegend verändern (Bilke, 2008, S. 139),

ist es unter den verschärften Umständen nicht verwunderlich, dass sich spezielle Eigenschaften der Kriegsberichterstattung herausgebildet haben.

Es ist zunächst festzuhalten, dass nicht über alle Kriege und Konflikte im gleichen Umfang berichtet wird. Wichtige Faktoren, die zu einer erhöhten Berichterstattung beitragen können, sind dabei zum einen geographische, politische oder wirtschaftliche Nähe, aber auch gesellschaftliche Ähnlichkeiten. (Heimprecht, 2016, S. 392). So hat beispielsweise eine größere räumliche Distanz zu einem Konflikt in der Vergangenheit häufig auch eine geringere Berichterstattung in Deutschland nach sich gezogen. Diese Konflikte können allerdings ebenfalls zu Gegenständen der Berichterstattung werden, wenn beispielsweise UN oder EU involviert sind. (Jungblut, 2022, S. 319)

Verschiedene Untersuchungen haben zudem ergeben, dass sich die Inhalte der Berichterstattung in erster Linie an den **aktuellen Entwicklungen** eines Krieges orientiert. Es werden demnach vermehrt Ereignisse innerhalb des Konfliktes thematisiert. (Fröhlich et al., 2007, S. 26ff.; Maurer et al., 2023, S. 5). Dabei konnte festgestellt werden, dass der **Fokus** häufig auf der **Kriegsgewalt** und deren **Folgen** liegt (Baden & Tenenboim-Weinblatt, 2018, S. 29), während zentrale Akteure häufig politisch sind (Maurer et al., 2023, S. 7). Nach Beendigung der direkten Kampfhandlungen, nahmen Menge und Priorisierung der Berichterstattung stark ab (Fröhlich et al., 2007, S. 26). Medien neigen demnach, wie auch in Friedenszeiten, dazu, eher punktuell über Ereignisse zu berichten. Dabei ist allerdings zu beachten, dass Kriege und Konflikte immer eine Hintergrundgeschichte haben, die den kriegerischen Handlungen vorrausgeht und diese bedingt. (Löffelholz, 1993, S. 11). Auf diese Hintergründe wird allerdings häufig nicht intensiv eingegangen (Löffelholz, 2004, S. 33). Das kann eine **Dekontextualisierung** zur Folge haben, da die Anschläge und Militäreinsätze, über die in den meisten Fällen berichtet wird, häufig Folgen alltäglicher Strukturen von Gewalt in den Konfliktgebieten sind. Wenn diese Umstände in der Berichterstattung unerwähnt bleiben, kann diese auch nicht zu einem tieferen Verständnis des Konfliktes beitragen. (Richter, 2014, S. 3). Darüber hinaus konnte festgestellt werden, dass die Medien über Konflikte meist ethnozentristisch berichten und klar zwischen den Konfliktparteien unterscheiden. Dabei wird eine Seite meist als Opfer oder Held dargestellt, während die andere als Aggressor oder Täter gilt. (Baden & Teneboim-Weinblatt, 2018; Jungblut, 2020, S. 192ff.). Auf die Entstehung dieser **Täter-Opfer-Bilder** wird in Kapitel 3.3 genauer eingegangen.

Studien, die sich mit der Darstellung von Kriegen in den Sozialen Medien befassen, existieren ebenfalls. Dabei liegt der Fokus allerdings verstärkt auf der Verbreitung von Informationen durch ZivilistInnen, die als Augenzeugen fungieren und so auf Menschenrechtsvergehen

aufmerksam machen können (Gregory, 2015; Wolfsfeld & Tsifroni, 2018). Auch die Nutzung Sozialer Medien durch autoritäre Regime, beispielsweise zu Überwachungszwecken, wurde bereits untersucht (Ghodes, 2018). Hinsichtlich der Inhalte journalistischer Kriegsberichterstattung in den Sozialen Medien besteht bisher allerdings ein Forschungsdefizit. Ebenso verhält es sich mit Untersuchungen, die sich konkret auf die Plattform Instagram beziehen.

Auch die visuelle Darstellung von Kriegen in Bildern und Videos wurde bislang vergleichsweise wenig untersucht (Jungblut, 2022, S. 320), wenngleich sie schon seit langer Zeit Teil der Kriegsberichterstattung ist (siehe Kapitel 3.1). Das ist überraschend, da Bildern im Vergleich zu Texten ein größerer Einfluss auf die Wahrnehmung des Publikums zugeschrieben wird: Sie ziehen die Aufmerksamkeit der RezipientInnen stärker auf sich und werden meist früher wahrgenommen als geschriebene oder gesprochene Inhalte (Maurer, 2016, S. 63). So sind visuelle Elemente in Zeitungsartikeln gemeinsam mit der Überschrift das Erste, was RezipientInnen betrachten und ausschlaggebend dafür, ob ein Artikel weitergelesen wird (Bucher und Schuhmacher, 2006, S. 364; Brantner et al., 2011, S. 527). Sie bleiben außerdem länger in Erinnerung als verbale oder textliche Informationen mit gleichem Inhalt. Ihre Wirkung auf RezipientInnen kann im Vergleich dementsprechend länger anhaltend beschrieben werden. (Maurer, 2016, S. 122). Dabei wird insbesondere Bildern, die Menschen und ihre Schicksale in den Vordergrund stellen, eine starke emotionale Wirkung zugeschrieben. Sie erzeugen bei RezipientInnen eine Empathie, die politischen Inhalten in den meisten Fällen fehlt (Brantner et al., 2011, S. 534). Diese wiederum können allerdings durch verschiedene Darstellungstechniken wie Kameraperspektiven oder Einstellungsgrößen beeinflussen, wie politische AkteurInnen von den RezipientInnen wahrgenommen und bewertet werden (Maurer, 2016, S. 123). Bilder und Videos, die als Teil der Kriegsberichterstattung entstehen, inhaltsanalytisch zu untersuchen kann angesichts ihrer starken Auswirkungen auf das Publikum also als angebracht bezeichnet werden. Insbesondere auf einer Plattform wie Instagram, die stark auf visuelle Inhalte ausgerichtet ist.

3.3 Täter-Opfer-Darstellungen

Die Medienberichterstattung über verschiedene Parteien innerhalb eines Konfliktes ist häufig nicht ausgeglichen. Vielmehr wird in der Art der Darstellung meist klar zwischen diesen unterschieden, was häufig die Konstruktion von stereotypischen Freund-Feind-Bildern nach sich zieht (Löffelholz, 2004, S. 33). Konkret nimmt eine Seite dabei eher die Rolle des Opfers ein, das sich verteidigen muss, während die andere stärker als TäterIn dargestellt wird, der für den Ausbruch des Konfliktes verantwortlich ist. Dabei stehen Ereignisse, die diese Bilder stärken, meist eher im Vordergrund der Berichterstattung, während widersprüchliche verkürzt

dargestellt oder ausgelassen werden. (Baden & Teneboim-Weinblatt, 2018; Jungblut, 2020, S. 192ff.). Wird also beispielsweise über Opferzahlen auf der Täterseite berichtet, geschieht dies oft verkürzt und ohne persönliche Details, was im Extremfall eine Dehumanisierung der Verstorbenen zur Folge haben kann (First, 2010, S. 7f.). Die Täter- und Opfer-Bilder, die dem Publikum auf diese Weise vermittelt werden, stellen ebenfalls eine Ausprägung von Komplexitätsreduktion dar: Die Kriegsparteien werden entweder eher als Opfer oder Täter wahrgenommen und der gesamte Konflikt dadurch vereinfacht.

Wie diese Rollenverteilungen bei den Kriegsparteien selbst entstehen, ist naheliegend: In Bezug auf den Nahostkonflikt stellten palästinensische und israelische Medien die eigene Seite früheren Berichterstattungen deutlich positiver und die andere negativ dar (First, 2010, S. 6f.; Richter, 2014, S. 6). In Deutschland fiel die Bewertung des Konfliktes von politischer Seite in der Vergangenheit klar zu Gunsten Israels aus. Das lässt sich insbesondere mit einem Blick auf die Geschichte begründen: Deutschland hat aufgrund der Verbrechen, die während der NS-Zeit an der jüdischen Bevölkerung begangen wurden, eine historische Verantwortung Israel gegenüber. Dies wurde nach der erneuten Eskalation des Konfliktes im Oktober 2023 durch die Bundesregierung noch einmal verdeutlicht: Bundeskanzler Scholz hat sich öffentlich mit Israel solidarisiert und dem Staat Unterstützung zugesichert. Dabei betonte er ausdrücklich, dass die Sicherstellung der Existenz Israels zu den Aufgaben Deutschlands gehöre. (Bundesregierung, 2024).

Diese pro-israelische Einstellung der Bundesrepublik hat sich in der Vergangenheit auch innerhalb der deutschen Medienberichterstattung widerspiegelt (Richter, 2014, S. 2; Badr, 2017, S. 362ff.). So ergab eine Untersuchung aus dem Jahr 2017, dass ausschließlich gewalttätige Handlungen seitens Palästinas von deutschen Medien innerhalb der Berichterstattung als Terrorismus bezeichnet wurden. Auf Seiten Israels wurde über diese zwar berichtet, die Gewalt allerdings nie als terroristisch oder staatsterroristisch eingestuft. (Badr, 2017, S. 362). Diese pro-israelische Tendenz deutscher Medien, die sich mit der Einstellung der Bundesregierung deckt, ist allerdings nicht ungewöhnlich: Bennet (1990) beschreibt unter dem Begriff Indexing einen normativen Prozess, durch den sich die Berichterstattung der Medien an die institutionelle Debatte innerhalb der Regierung anpasst. Medien orientieren sich demnach stark an den vorherrschenden politischen Diskursen. Insbesondere bei Themen, in denen ein vergleichsweise hoher politischer Konsens herrscht, gehen oppositionelle Meinungen häufig unter. In diesen Fällen neigen die Medien eines Landes oft dazu, verstärkt über die Positionen der Regierung zu berichten. (Bennet, 1990, S. 109). Im Kontext von Kriegen und Konflikten ist diese Entwicklungen meist besonders ausgeprägt: Mehrere Studien haben ergeben, dass JournalistInnen bei der Berichterstattung

über diese vermehrt dazu neigen, ihre kritische Distanz zur Regierung zu verlieren. Das hat zur Folge, dass Argumente und Handlungen dieser in Krisenzeiten häufig von den Medien übernommen und durch sie legitimiert werden. (Bennet, 1990, S. 113; Tenneboim-Weinblatt, 2018; Jungblut, 2022, S. 319f.). Diese Orientierung an der Regierung muss allerdings nicht ausgeglichen stattfinden: Sie kann bei verschiedenen Medienhäusern unterschiedlich stark ausgeprägt sein. In Bezug auf den Nahostkonflikt demnach nicht davon auszugehen, dass es seitens deutscher Medien nie zu Kritik an Israel kommen kann. (Richter, 2014, S. 6). Da diese kritischen Stimmen allerdings in der Berichterstattung häufig unterrepräsentiert bleiben, kann die öffentliche Wahrnehmung des Konfliktes dennoch beeinflusst und im schlimmsten Fall verzerrt werden (Bennet, 1990, S. 123).

Aufbauend auf der historischen Verantwortung Deutschlands und den Ergebnissen bereits durchgeführter Studien, lassen sich zwei konkrete Erwartungen für die vorliegende Untersuchung ableiten: Es ist erstens anzunehmen, dass es innerhalb der Berichterstattung über den Nahostkonflikt zur Konstruktion von mehr oder weniger stark ausgeprägten Täter-Opfer-Bildern kommt. Zweitens kann davon ausgegangen werden, dass Israel innerhalb dieser Berichterstattung in deutschen Medien eher die Rolle des Opfers einnimmt und die Schuld häufiger bei Palästina beziehungsweise der Terrororganisation Hamas gesucht wird.

4. Die ausgewählten Medien

In der Bundesrepublik Deutschland gibt es, wie auch in vielen anderen Staaten, kein einheitliches Mediengesetz. Es ist dementsprechend nicht konkret geregelt, wie Medien in Deutschland organisiert sein müssen. (Beck, 2018, S. 36). Die Presse- und Medienfreiheit ohne staatliche Zensur ist allerdings mit der Meinungsfreiheit und der Freiheit sich zu informieren im fünften Artikel des Grundgesetzes verankert. Einschränkungen gelten nur im Rahmen der allgemeingeltenden Gesetze, des Jugendschutzes und der persönlichen Ehre. (Deutscher Bundestag, 2024). Da Deutschland Mitglied der Europäischen Union ist und das EU-Recht über dem nationalen steht, gelten darüber hinaus auch die EU-Richtlinien bezüglich Kommunikations- und Medienfreiheit. Aus demokratischen Gründen und auch im Hinblick auf Deutschlands nationalsozialistische Vergangenheit, ist eine möglichst geringe Einflussnahme durch den Staat gewünscht. Es wird daher statt staatlicher eher auf Selbstkontrolle gesetzt. Dabei haben medienethische Normen, wie sie beispielsweise im Pressekodex festgehalten sind, einen hohen Stellenwert. (Beck, 2018, S. 37f.). Ein Organ dieser freiwilligen Selbstkontrolle der Medien ist der Presserat, bei Verstößen gegen den Pressekodex aktiv wird. Auf der Basis einer Beschwerde kann er an die jeweilige Redaktion einen Hinweis, eine Missbilligung oder eine öffentliche Rüge aussprechen. (Presserat,

2024a). Seit 1984 hat Deutschland ein duales Rundfunksystem. Es gibt demnach sowohl öffentlich-rechtliche als auch private Sender, wobei die öffentlich-rechtlichen eine Grundversorgung an Informationen sicherstellen sollen. (Leidenberger, 2015, S. 65)

Die Tagesschau

Die Tagesschau ist eine Nachrichtensendung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Ihre erste Ausgabe wurde zu Weihnachten im Jahr 1952 gesendet, was sie zur ältesten Nachrichtensendung im deutschen Fernsehen macht. Zunächst wurde sie dreimal in der Woche ausgestrahlt und läuft mittlerweile täglich. Sie wird durch Informationen in der Tagesschau-App und in den Sozialen Medien ergänzt. Dabei werden alle Inhalte von ARD-aktuell produziert, der zentralen Nachrichtenredaktion der ARD. (Tagesschau, 2023b). Dem Digital News Report zufolge war die Tagesschau auch im Jahr 2023 die meistgesehene Nachrichtensendung im Fernsehen (Reuters Institut, 2023, S. 28). Darüber hinaus ist festzuhalten, dass den öffentlich-rechtlichen Medien seitens der Bevölkerung häufig mehr Vertrauen entgegengebracht wird als privaten Angeboten (Johannes-Gutenberg-Universität, 2023; WDR, 2023). Immer wieder kommt es allerdings auch zu Kritik: So haben beispielsweise im April diesen Jahres 130 Menschen im Rahmen eines Manifest Reformen gefordert. Kern war der Wunsch nach der Abbildung eines breiteren Meinungsspektrums innerhalb der Berichterstattung (Deutschlandfunk, 2024). Im Mai 2014 ist die Tagesschau der Plattform Instagram beigetreten. Auf dem Account werden mehrmals täglich Nachrichten in Bild- oder Videoform hochgeladen. Die Seite hat (Stand August 2024) 5,3 Millionen FollowerInnen und damit ein großes Publikum. (@tagesschau, 2024). Mit ihrer plattformübergreifend hohen Reichweite und dem höheren Vertrauen in öffentlich-rechtliche Medien trotz wiederkehrender Kritik sind genügend Anlässe gegeben, um die Berichterstattung der Tagesschau auf Instagram genauer zu untersuchen.

RTL aktuell

Trotz des höheren Vertrauens in öffentlich-rechtliche Medien und des stabilen Status der Tagesschau als meistgesehene Nachrichtensendung, machen auch private Sender einen nicht geringen Teil des Fernsehmarktes in Deutschland aus. Den Daten der AGF-Fernsehforschung zu Folge, war der Sender RTL im Jahr 2023 mit einem Zuschaueranteil von 7,9 Prozent der am viertmeisten geschauten Fernsehsender in Deutschland. Er folgte im Ranking nach ZDF, ARD-Dritte und ARD Das Erste. Das macht ihn zum meistgeschauten privaten Sender im ganzen Land. (AGF-Fernsehforschung, 2023). Er ist Teil der Marke RTL und gehört damit zur RTL Group, die mehrere Fernsehsender, Radiostationen, Streamingdienste und Online-Plattformen in verschiedenen europäischen Ländern umfasst. (RTL, 2024). Seine

Hauptnachrichtensendung heißt RTL aktuell und wurde erstmals am 05.04.1988 gesendet. Mittlerweile läuft sie täglich und hat eine Länge von 20 Minuten (RTL aktuell, 2024). Der Digital News Report 2023 ergab darüber hinaus, dass 21% der Befragten die Sendung in einer normalen Woche schauen. Sie ist in diesem Ranking damit die meistgesehene private Nachrichtensendung. (Reuters Institut, 2023, S. 28). Seit September 2014 hat RTL aktuell einen Instagram-Account. Dieser hat (Stand August 2024) 481 Tausend FollowerInnen und wird täglich mit neuen Beiträgen gefüllt. (@rtlaktuell, 2024). RTL aktuell ist damit sowohl als Nachrichtensendung als auch auf Instagram weniger reichweitenstark als die Tagesschau. Dennoch hat sie als Hauptnachrichtensendung des meistgeschauten privaten Fernsehsenders einen hohen Stellenwert und erreicht sowohl im Fernsehen als auch auf Instagram viele Menschen. Der Einbezug in die Untersuchung ist damit gerechtfertigt.

Die Zeit

Neben Nachrichtensendungen wird die Plattform Instagram auch von Zeitungsmarken genutzt. Einer Studie der ZMG zufolge, waren rund ein Drittel der im Jahr 2023 Befragten, die bisher angaben, keine Zeitungsleser zu sein, an Inhalten dieser in den Sozialen Medien interessiert (ZMG, 2023). Die ZEIT ist eine überregionale Wochenzeitung in Deutschland, die zu der ZEIT Verlagsgruppe gehört und damit seit 1996 Teil der Holtzbrinck Publishing Group ist (ZEIT Verlagsgruppe, 2024). Ihre erste Ausgabe erschien am 21. Februar 1946 und thematisierte insbesondere die Folgen des Zweiten Weltkrieges. Anders als einige andere Zeitungen hat sie im Zuge der Digitalisierung nicht an Auflage verloren. Sie hat bei Print- und Digitalausgaben weiterhin einen stabilen Kundenstamm, der in den letzten Jahren weitergewachsen ist. (NDR, 2023). Unter dem Namen ZEIT online legt sie einen großen Fokus auf Online-Journalismus (ZEIT Verlagsgruppe, 2024). Nach Angaben der IVW wurden im zweiten Quartal dieses Jahres mehr als 300.000 E-Paper-Ausgaben der ZEIT verkauft und damit mehr als von anderen deutschen Wochenzeitungen (IVW, 2024). Der Instagram-Account der ZEIT wurde im November 2013 erstellt und hat (Stand August 2024) 1,1 Millionen FollowerInnen. Ergänzend zu den Print- und Online-Artikeln werden hier täglich Beiträge hochgeladen. (@zeit, 2024). Ihre hohe Reichweite als Zeitung, insbesondere als E-Paper und auch ihre hohe Anzahl an FollowerInnen machen den Instagram-Account der ZEIT zu einem geeigneten Untersuchungsgegenstand.

Die Bild

Die BILD ist die auflagenstärkste Tageszeitung Deutschlands (IVW, 2024; SWR, 2022). Sie geht auf den Hamburger Verleger Axel Springer zurück und gehört zum Medienkonzern Axel Springer. Die erste Ausgabe erschien am 24. Juni 1952, kurz vor den Olympischen Spielen

und setzte vor allem auf große Bilder und kleine Texte. (BILD, 2012a). Ein wiederkehrendes Thema in den ersten Jahren war der Einsatz für die Wiedervereinigung Deutschlands und gegen den Kommunismus. Zunächst wurde sich an den englischen Boulevard-Zeitungen orientiert. Diese wurden allerdings bald überholt und die BILD damit lange Zeit zur auflagenstärksten Tageszeitung Europas. Die großen Bilder entwickelten sich zu großen Schlagzeilen. Sie hat den Ruf emotional, bunt und laut über verschiedene Themen wie Politik und Klatsch zu berichten. (Deutschlandfunk, 2022). Es kommt immer wieder zu Kritik an der Zeitung und ihren Onlineangeboten: Ihr werden häufig Hetzkampagnen vorgeworfen und auch interne Skandale, wie der Vorwurf des Machtmissbrauchs gegen den ehemaligen Chefredakteur Julian Reichelt, bleiben nicht aus (SWR, 2022). Der deutsche Presserat hat alleine in diesem Jahr (Stand August 2024) 23 Rügen an die BILD und BILD online ausgesprochen. Unter anderem wegen Verstößen gegen den Schutz der Persönlichkeit und die Wahrhaftigkeit der Berichterstattung. (Presserat, 2024b). Trotzdem hat die Zeitung in Print- und Digitalausgaben weiterhin eine hohe Reichweite (IVW, 2024). Sie hat insgesamt sechs Instagram-Accounts. Den Hauptaccount gibt es seit August 2011 und er hat (Stand August 2024) 978 Tausend FollowerInnen (@bild, 2024). Ihre hohe Reichweite trotz der wiederkehrenden Kritik an der Art der Berichterstattung, geben Anlass dazu die Berichterstattung der BILD genauer zu untersuchen.

Trotz der allgemein zu beobachtenden Tendenz zur Boulevardisierung (siehe Kapitel 2.2) wird in diesem Teil deutlich, dass die verschiedenen Medien immer noch eine individuelle Geschichte und dadurch Eigenschaften haben, die ihre Berichterstattung von anderen abgrenzt. Insbesondere hinsichtlich der Ausprägung der Boulevardisierung der Beiträge sind demnach Unterschiede zwischen den verschiedenen Medien zu erwarten.

5. Hypothesen

Um die Forschungsfrage mit den ihr untergeordneten Vertiefungsfragen beantworten zu können, wurden aus dem vorangegangenen theoretischen Teil folgende Hypothesen geschlussfolgert:

In Kapitel 2.2 wurde die zunehmende Boulevardisierung der Medienlandschaft erläutert, die sich in zunehmend kurzen und emotionaleren Berichten über Ereignisse äußert. Dabei soll die Aufmerksamkeit der Leser unter anderem durch eine verstärkte Visualität gewonnen werden. In den Sozialen Medien ist der Kampf um Aufmerksamkeit durch den stärkeren Einfluss der RezipientInnen und die Regeln der jeweiligen Plattformen noch stärker, was auf eine Begünstigung der Boulevardisierungstendenzen schließen lässt (Kapitel 2.3). Insbesondere Instagram setzt verstärkt auf visuelle Inhalte (Kapitel 2.3.1). Journalistische

Beiträge auf der Plattform sind in erster Linie Bilder, die durch eine längere Bildunterschrift ergänzt werden. Sie thematisieren meist aktuelle Ereignisse in Form von Schlagzeilen und Eilmeldungen (Kapitel 2.3.2). Diese Orientierung an Ereignissen und neuen Entwicklungen ist auch ein Merkmal von Kriegsberichterstattung, bei der meist die direkte Kriegsgewalt im Fokus steht. Hintergründe werden dabei häufig nicht intensiv thematisiert (Kapitel 3.2).

Hypothesen 1:

H1a: Es wird primär über das direkte Kriegsgeschehen und aktuelle Entwicklungen in dem Konflikt berichtet.

H1b: Auf die Hintergründe des Konfliktes wird in der Bildunterschrift, nicht aber in den Beiträgen selbst eingegangen.

H1c: Eine angemessene Einordnung in den Hintergrund des Konfliktes findet kaum statt.

H1c: Die Berichterstattung erfolgt vorwiegend durch visuelle Inhalte.

In Kapitel 3.2 auf die Besonderheiten von Kriegsberichterstattung eingegangen. Dabei wurde festgestellt, dass vorkommende Akteure in den meisten Fällen politisch sind. Auf Instagram werden Akteure jeder Art außerdem oft durch Zitate dargestellt (Kapitel 2.3.2). Weiter neigen Medien bei der Berichterstattung über Kriege und Konflikte häufig dazu, stereotypische Täter-Opfer-Bilder zu erzeugen, in dem sie über eine Seite positiver berichten als über die andere. Dabei haben deutsche Medien in der Vergangenheit eine eher pro-israelische Tendenz gezeigt (Kapitel 3.3).

Hypothesen 2:

H2a: Genannte AkteurInnen sind in den meisten Fällen politisch.

H2b: AkteurInnen werden häufig verkürzt durch Bilder mit Zitaten dargestellt.

H2c: Israelische AkteurInnen kommen häufiger zu Wort als palästinensische.

H2d: Israel wird in den meisten Fällen als Opfer dargestellt und die Hamas als Täter.

H2e: Die Hamas wird für den Kriegsausbruch verantwortlich gemacht.

Obwohl Boulevardisierungstendenzen in verschiedenen Untersuchungen bei allen Medien festgestellt werden konnten, waren sie bei öffentlich-rechtlichen Medien teils weniger ausgeprägt (Kapitel 2.2). Es gibt außerdem teils große Unterschiede zwischen den verschiedenen Medien, die für die Untersuchung ausgewählt wurden: Die Tagesschau und RTL aktuell sind täglich erscheinende Nachrichtensendungen. Die Bild ist eine Tageszeitung, die zur Boulevardpresse gehört und schon häufig durch den Presserat gerügt wurde. Und die Zeit eine Wochenzeitung, die stark auf Online-Journalismus setzt. (Kapitel 4).

Hypothesen 3:

H3a: Alle Medien nutzen Links, um auf externe Inhalte zu verweisen und so den Textumfang auf Instagram zu reduzieren.

H3b: Emotionales Bildmaterial wird nicht von allen Medien im gleichen Umfang verwendet.

H3bc Die Medien unterscheiden sich hinsichtlich der Neutralität der Beiträge.

H3d: Die Konstruktion von Täter-Opfer-Bildern ist bei den verschiedenen Medien unterschiedlich stark.

6. Methodik

Zur Überprüfung der Hypothesen wurde eine quantitative Inhaltsanalyse von insgesamt 100 Instagram-Beiträgen durchgeführt. Der Begriff der quantitativen Inhaltsanalyse bezeichnet allerdings nicht eine einheitliche Methode, sondern vielmehr eine Sammlung mehrerer Verfahren, die für die Anwendung auf verschiedene Fragestellungen und Untersuchungsmaterialien geeignet sind. Sie alle zeichnen sich dadurch aus, dass sie Merkmale von Texten und Bildern untersuchen, ohne intensiv auf deren Kontexte einzugehen. (Diekmann, 2012, S. 607). Diese Merkmale können sowohl inhaltlich als auch formal sein (Diekmann, 2012, S. 576). Dabei werden Tendenzen erfasst, um auf deren Basis allgemeine Aussagen treffen zu können. Es wird jedoch, anders als bei der qualitativen Inhaltsanalyse, kein tieferes Verständnis der Inhalte erreicht. Sie ist aus diesem Grund vorwiegend dazu geeignet, Aussagen über Umfänge und Häufigkeiten einer Datenstichprobe zu treffen. (Rössler, 2017, S. 17ff). Konkret wurden die erhobenen Instagram-Beiträge einer Frequenzanalyse unterzogen. Diese Form der quantitativen Inhaltsanalyse ermöglicht es, sowohl Texte als auch Bilder auf ihre formalen und inhaltlichen Eigenschaften hin zu untersuchen und so insbesondere Aussagen über die Frequenz zu treffen, in der diese innerhalb der untersuchten Daten auftreten. (Diekmann, 2012, S. 597). Um die auf Basis der Forschungsfrage aufgestellten Hypothesen überprüfen zu können, werden bei dieser Methode zunächst Analyseeinheiten (in diesem Fall Instagram-Beiträge) ausgewählt. Auf Grundlage der zu untersuchenden Variablen werden diese dann anhand von Kategorien eingeordnet und durch eine Datenanalyse überprüft. (Diekmann, 2012, S. 588ff.). Da sich die aufgestellten Hypothesen ausschließlich darauf beziehen, wie häufig bestimmte Inszenierungsformen und Elemente von den verschiedenen Medien verwendet werden, ist eine Frequenzanalyse für diese Untersuchung besonders geeignet.

Die Instagram-Beiträge wurden im Rahmen eines Querschnittsdesigns erhoben. Es fand also eine „einmalige und gleichzeitige Messung aller für das Forschungsvorhaben relevanter

Merkmale“ (Stein, 2022, S. 151) statt. Bei der Wahl des Untersuchungszeitraums ist es ratsam, sich an relevanten Schlüsselereignissen zu orientieren (Rössler, 2017, S. 54). Der 07.10.2023, der Tag, an dem die Spannungen zwischen Israel und Palästina erneut eskaliert sind, kann demnach als geeigneter Startpunkt angesehen werden. Von diesem ausgehend, wurden auf jedem der vier ausgewählten Instagram-Accounts die ersten 25 Beiträge erhoben, die den Nahostkonflikt als Haupt- oder Nebenaspekt thematisieren. Es handelt sich bei der Datenstichprobe also um eine Momentaufnahme, die keine Schlüsse auf zeitliche Zusammenhänge und Entwicklungen zulässt (Stein, 2022, S. 151). Ursprünglich war eine Erhebung zu zwei verschiedenen Zeitpunkten geplant, um untersuchen zu können, inwiefern sich die Berichterstattung seit Kriegsbeginn verändert hat. Dieses Vorhaben musste allerdings verworfen werden, da das Thema auf zwei der vier Instagram-Accounts einige Monate später kaum noch Erwähnung fand.

6.1 Untersuchungskriterien

„Kernstück jeder Inhaltsanalyse ist das Kategoriensystem.“ (Diekmann, 2012, S. 589). Diese Kategorien (auch: Variablen) können, wie die erhobenen Merkmale, entweder formal oder inhaltlich sein und die Eigenschaften von Beiträgen beschreiben. Dazu müssen sie disjunkt, erschöpfend und präzise sein, ohne eine Fehlmessung zu verursachen (Diekmann, 2012, S. 589; Rössler, 2017, S. 101). Da sie die Operationalisierung der zuvor aufgestellten Forschungshypothesen darstellen, müssen sie sich auf diese beziehen (Diekmann, 2012, S. 589). Alle Kategorien werden in einem Codebuch festgehalten und müssen darin so ausführlich und verständlich formuliert sein, dass sich bei der Datenerhebung daran orientiert werden kann (Rössler, 2017, S. 95).

In dieser Untersuchung wurden die verschiedenen Instagram-Beiträge einzeln erhoben. Dabei existieren, beispielsweise bezüglich der Bildmenge oder Videolänge, bestimmte Vorgaben und Rahmenbedingungen der Plattform Instagram, die immer erfüllt werden müssen. Darüber hinaus können sich die erhobenen Beiträge allerdings in mehreren Hinsichten unterscheiden: Bilder und Videos können einzeln oder nebeneinander in einem Karussell hochgeladen werden, sie können textliche Elemente, visuelle oder eine Kombination aus beiden beinhalten und die Bildunterschrift kann unterschiedlich lang sein. (siehe Kapitel 2.3.1). Bei der Beschreibung und Benennung der einzelnen Variablen wird auf das Gendern verzichtet und das generische Maskulinum verwendet.

Um diese möglichen Unterschiede zu erfassen und so den Beitragstyp einordnen zu können, wurden in der vorliegenden Arbeit zunächst die folgenden formale Variablen erhoben:

- Die Variable **Instagram-Account** gibt an, auf welchem der vier Instagram-Accounts der untersuchte Beitrag hochgeladen wurde (**1= Tagesschau, 2= RTL aktuell, 3= Zeit, 4= Bild**).
- Mit den Variablen **Datum** und **Beitragsnummer** wird das **Hochladedatum** festgehalten und jedem Beitrag eine Nummer von **1 bis 25** (pro Instagram-Account) zugeordnet.
- Unter **Beitragsart** wird die Art des Inhalts bestimmt (**1= Nur Bilder, 2= nur Videos, 3= Bilder und Videos**).
- Die Variable **Beziehung** hält fest, in welchem Verhältnis der Beitrag zu anderen steht (**1= alleinstehend, 2= Teil einer Reihe**).
- Die Menge der Inhalte wird mit der Variable **Anzahl** festgehalten (**1= Einzelnes Bild/Video, 2= mehre Bilder/Videos**).
- Die Variable **Bildunterschrift** prüft das Vorhandensein und die Länge der den Beitrag ergänzenden Bildunterschrift (**0= keine Bildunterschrift, 1= kurze Bildunterschrift mit höchstens 125 Zeichen, 2= längere Bildunterschrift mit mehr als 125 Zeichen**).

Anschließend wurde der Inhalt der Beiträge anhand von entsprechenden inhaltlichen Variablen erhoben. Wenn dabei mehr als ein Merkmal als zutreffend gewertet werden konnte, wurde das dominierende ausgewählt. Das vollständige Codebuch befindet sich im Anhang.

- Mit der Variable **Inhaltsart** wird zwischen visuellen und textlichen Inhalten unterschieden (**1= vorwiegend textlich, 2= vorwiegend visuell, 3= ausgewogen**).
- Die Variable **Kriegsbezug** prüft die Dominanz des Krieges innerhalb eines Beitrags (**1= Krieg als Hauptthema, 2= Krieg als eins von mehreren Hauptthemen, 3= Krieg als Nebenaspekt**). Der Krieg gilt dann als Hauptthema, wenn er den Großteil eines Beitrages einnimmt. Wird er gemeinsamen mit anderen Themen genannt, beispielsweise im Rahmen eines allgemeineren Updates, ist er als eins von mehreren Hauptthemen anzusehen. Wird er kurz erwähnt, wenn eigentlich ein anderes Thema im Vordergrund steht, gilt er als Nebenaspekt. Voraussetzung dafür, dass ein Beitrag für die Untersuchung ausgewählt wird, ist die direkte Erwähnung des Nahostkonfliktes oder der beteiligten Staaten.
- Die Perspektive, die innerhalb der Berichterstattung eingenommen und aus der berichtet wird, prüft die Variable **Länderperspektive** (**1= Israel, 2= Palästina, 3= Deutschland, 4= Andere/ Mehrere**).
- Die Variable **Beitragsinhalt** untersucht den Inhalt anhand verschiedener Kategorien (**1= aktuelles Kriegsgeschehen, 2= Maßnahmen zur Lösung des Konflikts, 3=**

Hintergrund des Konflikts, 4= Auswirkungen auf die Zivilbevölkerung, 5= Auswirkungen auf andere Länder). Unter dem aktuellen Kriegsgeschehen werden in erster Linie Ereignisse zusammengefasst, die in direktem Zusammenhang mit den Kampfhandlungen oder Verhandlungen zwischen den Kriegsparteien stehen. Auch die Berichterstattung über Auswirkungen auf die Zivilbevölkerung könnten als Kriegsfolgen und damit im weiteren Sinne als Teil des aktuellen Kriegsgeschehens verstanden werden. Sie werden hier dennoch als eigene Kategorien aufgeführt, um ein umfangreicheres Bild über die Schwerpunkte der Berichterstattung zu bekommen.

- Unter **Textinhalt** wird festgehalten, wie viele textliche Elemente der Beitrag enthält (**0= kein Text, 1= nur Überschrift, 2= Überschrift und weitere Informationen**). Dabei wird sich nur auf textliche Elemente innerhalb der Bilder bezogen. Die Bildunterschrift wird in separaten Variablen untersucht.
- Die Variable **Bildinhalt** prüft die visuellen Inhalte der Beiträge (**0= kein visueller Inhalt, 1= Akteure, 2= Militär und Soldaten, 3= Kriegsschauplätze und Zerstörung, 4= Zivilbevölkerung, 5= Auswirkungen in anderen Ländern**).
- Die Variable **Hintergrund** prüft, ob und inwiefern eine Einordnung in den Kontext des Konfliktes in der Bildunterschrift stattfindet (**0= kein Bezug, 1= grober Bezug, 2= angemessener/ intensiver Bezug**).
- Die Variable **Sachlichkeit** untersucht, inwiefern die Berichterstattung sachlich oder emotional ausfällt. Da es zwischen **Bild- und Textinhalten** Unterschiede geben kann, wurde sie in zwei verschiedene Variablen nach visuellen und textlichen Inhalten aufgeteilt (**0= nicht vorhanden, 1= sachlich/ informativ, 2= eher sachlich/ informativ, 3= ausgewogen, 4= eher emotional, 5= emotional**). Dabei sind vor allem die Wortwahl und die Art der Bilder entscheidend.
- Die Variable **Verweis** auf externe Inhalte prüft, ob die Medien den Textumfang innerhalb eines Beitrags reduzieren, in dem sie auf Inhalte auf anderen Plattformen, beispielsweise auf Artikel auf ihrer Website, verweisen (**0= kein Verweis, 1= Verweis auf einen Artikel, 2= Verweis auf andere Inhalte**).
- Die **Rolle von Israel und Palästina** bzw. von erwähnten palästinensischen Gruppen wird ebenfalls untersucht und auf einer Skale bewertet (**1= Opfer, 2= eher Opfer, 3= neutral, 4= eher Täter, 5= Täter, -99= keine Erwähnung**). Dabei wird die Wirkung der Berichterstattung auf der Ebene der RezipientInnen bewertet. Entscheidend ist dabei, wie über die verschiedenen Parteien und ihre Handlungen berichtet wird. Dabei bezeichnen die Optionen **Opfer** und **Täter** eine eindeutige Zuschreibung der Konfliktparteien als Täter oder Opfer eines Angriffs. In die Kategorien **eher Täter**

und **eher Opfer** fallen Beiträge, in denen eine eher unterschwellige Bewertung der Konfliktparteien erfolgt.

- Die Variable **Schuldzuweisung** untersucht anhand von direkten (z.B. Angreifer) und indirekten (z.B. Besatzer) Formulierungen, welcher Partei die Schuld an der erneuten Eskalation des Konfliktes zugeschrieben wird (**1= Hamas, 2= Israel, 3= Sonstige, -99= keine Erwähnung**).

Wenn innerhalb eines Beitrags bestimmte AkteurInnen im Mittelpunkt standen, sind diese ebenfalls durch verschiedene Variablen untersucht worden. Dabei wurden diese Variablen nur relevant für die Untersuchung, wenn auch wirklich klare Hauptakteur ausgemacht werden konnten. Eine Person, die in einem Nebensatz erwähnt wird, zählt demnach nicht als Akteur. Konnte kein eindeutiger Hauptakteur ausgemacht werden, wurden die entsprechenden Felder mit -99 kodiert.

- Die Variablen **Name** und **Nationalität** halten fest, wie die Person heißt und zu welchem Land sie gehört (**1= Israel, 2= Palästina, 3= Deutschland, 4= Andere**).
- Unter **Beteiligung** wird vermerkt, ob die Person selbst beziehungsweise das Land, in dessen Namen sie spricht, am Krieg beteiligt ist (**0= Nein, 1= Ja**).
- Die Variable **Akteurs-Information** prüft, um wen es sich bei der Person in erster Linie handelt und aus welchem Gebiet sie kommt (**1= Politik, 2= Wirtschaft, 3= Experte, 4= Militär, 5= Zivilbevölkerung, 6= Reporter, 7= Andere**).
- Die Variable **Darstellungsart** untersucht, wie die jeweilige Person abgebildet wird (**1= Interview, 2= Zitat, 3= Nennung, 4= Sprecher, 5= Andere**).
- Mit der Variable **Abbildung** wird geprüft, ob die Person bildlich gezeigt wird (**0= kein Bild, 1= Bild**).
- Die Variable **Bewertung** untersucht, wie AkteurInnen innerhalb des Beitrags bewertet werden (**1= negativ, 2= eher negativ, 3= neutral, 4= eher positiv, 5= positiv**). Hier ist besonders entscheidend, wie die Person und ihre Handlungen/Einstellungen dargestellt werden: Wird sie gelobt oder kritisiert? Wird ihr zugestimmt oder widersprochen?

Innerhalb der Untersuchung wird sich auf die formalen und inhaltlichen Merkmale der Beiträge fokussiert. Die Bildunterschrift wird ausschließlich mit zwei der Variablen überprüft. Hierbei wird sich auf ihre Länge und eine mögliche Einordnung in den Hintergrund des Nahostkonfliktes bezogen. Sie intensiver zu untersuchen hätte eigene Hypothesen und ein extra angepasstes Codebuch erfordert, was den Rahmen dieser Arbeit überstiegen hätte.

6.2 Pretest und Interkoder-Reliabilität

Ein neues Kategoriensystem sollte vor der Anwendung in der Haupterhebung immer überprüft werden. Es ist demnach sinnvoll zunächst einen Pretest durchzuführen, um die Interkoder-Reliabilität, also den Grad in dem zwei verschiedene Kodierer bei der Einordnung übereinstimmen, feststellen zu können. (Diekmann, 2012, S. 593). Die Zuverlässigkeit der Messung kann auf diese Weise im Vorhinein geprüft und sichergestellt werden (Rühl, 2017, S. 211f.). Dazu wird ein geringer Teil des Analysematerials bereits vor der Haupterhebung und durch mindestens zwei Kodierer erhoben und die Übereinstimmung berechnet (Rühl, 2017, S. 213). Das Ergebnis wird als Reliabilitätskoeffizienten bezeichnet und kann mit verschiedenen Formeln berechnet werden. In dieser Untersuchung wurde das weit verbreitete Überschneidungsmaß nach Holsti angewandt. Dabei wird die Zahl der übereinstimmenden Kodierungen in Bezug zu der Gesamtzahl aller Kodierungen von zwei Personen gesetzt (Rühl, 2017, S. 212):

$$R = 2 * C_{\bar{u}} / (C_A + C_B)$$

R: Reliabilitätskoeffizient der Codierung

C_ü: Zahl der übereinstimmenden Codierungen

C_A: Zahl der Codierungen von Codierer A

C_B: Zahl der Codierungen von Codierer B

Diese Rechnung muss für jede einzelne Kategorie und für jedes Paar von Kodierern durchgeführt werden. Die Ergebnisse liegen zwischen 0 und 1 und drücken die Übereinstimmung zwischen 0 und 100 Prozent aus. (Rühl, 2017, S. 212). Ergebnisse ab 0,6 gelten als moderat, Werte darunter stehen für eine minimale bis schwache Übereinstimmung. Ab 0,8 gilt sie als stark und ab 0,91 als perfekt. Dabei sind bei inhaltlichen Kategorien Werte ab 0,8 zufriedenstellend. Bei formalen Kategorien sollten sie möglichst nah an der 1 liegen. (Rühl, 2017, S. 215). Ist das Ergebnis darunter sollte das Kategoriensystem vor der Haupterhebung überarbeitet werden (Diekmann, 2012, S. 593). Im Rahmen dieser Arbeit wurde ein kleiner Teil der Instagram-Beiträge von zwei verschiedenen Kodierern im Vorhinein erhoben und die Rechnung mit den Ergebnissen durchgeführt. Dabei ergab sich für die formalen Kategorien ein Gesamtreliabilitätskoeffizient von 0,88. Für inhaltliche Kategorien lag dieser bei 0,83 und bei der Bewertung von AkteurInnen bei 0,91. Dieses Ergebnis passt zu den zuvor definierten Grenzwerten und lässt daher auf eine gute Ausarbeitung der verschiedenen Kategorien schließen. Nach Rücksprache unter den Kodierern wurden trotzdem an zwei Stellen kleinere Unklarheiten identifiziert und

entsprechende Anpassungen vorgenommen: Bei der Erhebung der **textlichen Inhalte** wurde die Abgrenzung zu den Inhalten der Bildunterschriften bei der Ausformulierung klarer hervorgehoben. Zuvor wurde nicht immer deutlich, dass hier nur textliche Elemente innerhalb der Bilder erhoben werden sollen. Außerdem wurden die Umstände, unter denen erwähnte Personen als **AkteurInnen** gelten stärker konkretisiert und die Option **ReporterIn** ergänzt. Darauf aufbauend wurde bei der Variable **Darstellungsart** die Option **SprecherIn** hinzugefügt. Damit kann das Codebuch als vollständig angesehen werden und ist für die folgende Haupterhebung geeignet.

7. Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Inhaltsanalyse dargestellt und die Hypothesen anhand dieser überprüft. Dabei geben Häufigkeitstabellen einen Überblick, über die einzelnen Variablen und machen Anteile bei diesen sichtbar (Tausendpfund, 2022, S. 52). Kreuztabellen sind weitergehend dazu geeignet, die Beziehung zwischen zwei verschiedenen Variablen zu untersuchen (Tausendpfund, 2022, S. 56). Durch die zusätzliche Berechnung des Chi-Quadrat-Tests, kann der Zusammenhang zwischen den Variablen außerdem auf seine Signifikanz hin geprüft werden. Diese sagt aus, ob der in der Datenstichprobe gefundene Zusammenhang mit hoher Wahrscheinlichkeit auch in der Grundgesamtheit existiert. Er lässt dabei allerdings keinen Rückschluss auf die Stärke des Zusammenhangs zu. (Tausendpfund, 2022, S. 119). Als signifikant werden alle Werte unter oder gleich 0,05 bezeichnet. Ab 0,01 gelten sie als sehr und ab 0,001 als hoch signifikant. (Frost, 2017, S. 23). Aus Gründen der Anschaulichkeit wurden die Ergebnisse im Fließtext in Diagrammen dargestellt. Die vollständigen Tabellen befinden sich im Anhang. Vor der Überprüfung der Hypothesen wird zunächst anhand von allgemeineren Analysen ein erster Überblick über die Datenstichprobe gegeben.

7.1 Allgemeine Erkenntnisse

Auf jedem der vier Instagram-Accounts wurden 25 und damit eine Gesamtzahl von 100 Beiträgen erhoben. Dabei konnte allgemein festgestellt werden, dass sich diese auf insgesamt 19 Tage verteilen und den Zeitraum vom 07. bis zum 28. Oktober 2023 abdecken. Mit insgesamt 65 Beiträgen wurde die Mehrzahl von ihnen zwischen dem 09. und dem 13. Oktober hochgeladen. (vgl. Abbildung 2). Es wird also deutlich, dass in den ersten Tagen nach Kriegsbeginn besonders häufig und mehrmals täglich über den Nahostkonflikt berichtet wurde. Der 07. Oktobers 2023 hat sich damit als sinnvoller Startpunkt für die Untersuchung

bestätigt. Aufgrund der gesetzten Obergrenze von 25 Beiträgen pro Instagram-Account ergibt sich der 28. Oktober 2023 als Endpunkt für die Untersuchung.

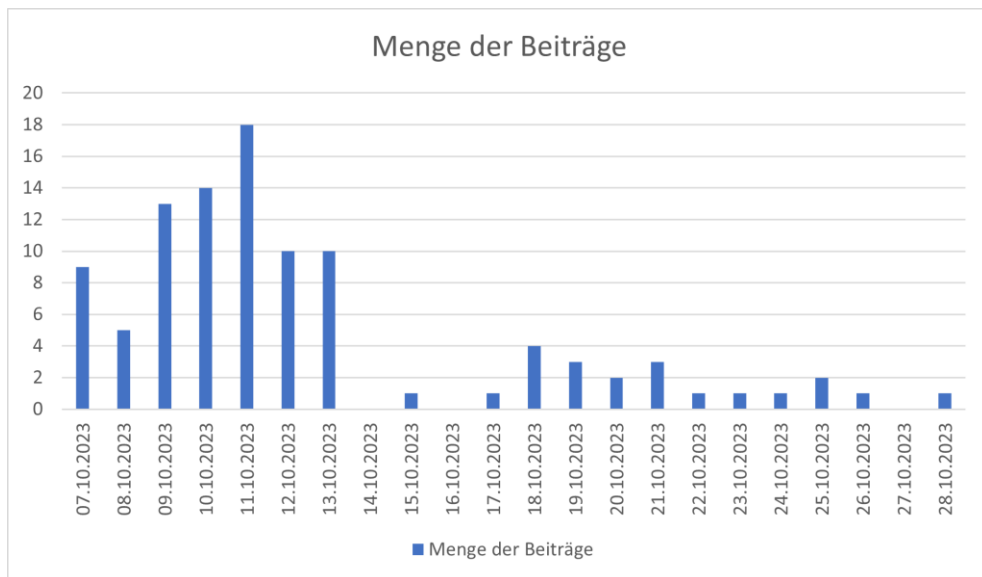


Abbildung 2: Menge der Beiträge nach Datum

Der Krieg konnte darüber hinaus in den meisten Fällen ($n=92$) als eindeutiges Hauptthema der untersuchten Beiträge identifiziert werden. Nur selten ($n=5$) ist er eins von mehreren, in gleicher Weise dominanten Hauptthemen und stellt fast nie ($n=3$) einen Nebenaspekt der Berichterstattung innerhalb eines Beitrags dar. (vgl. Abbildung 3).

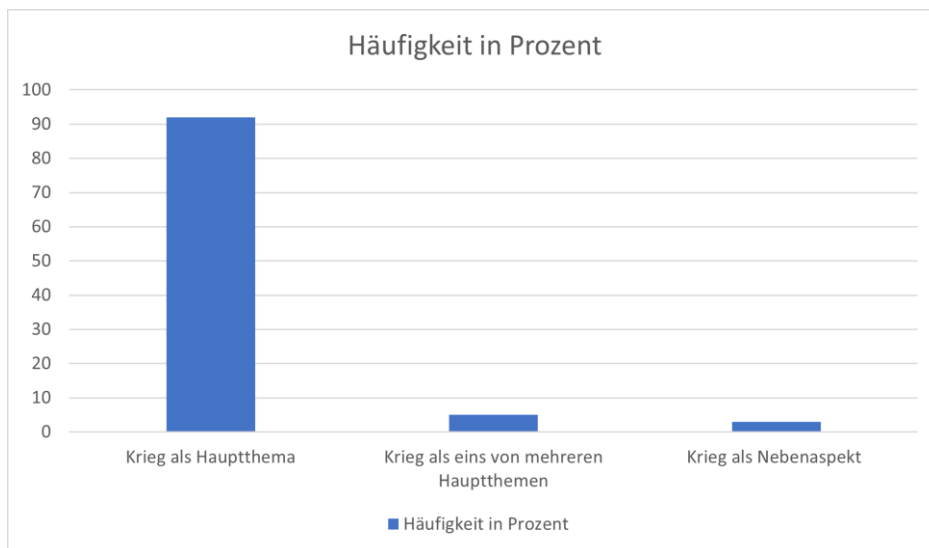


Abbildung 3: Kriegsbezug der Beiträge

Als hauptsächliches Medium konnten Bilder ausgemacht werden: Insgesamt bestehen 67 der Beiträge ausschließlich aus Bildern und 31 aus Videos. Eine Kombination von Bildern und Videos innerhalb eines Beitrags konnte innerhalb der Stichprobe nur zwei Mal festgestellt

werden und scheint damit eine eher seltene Inszenierungsform darzustellen. (vgl. Abbildung 4)

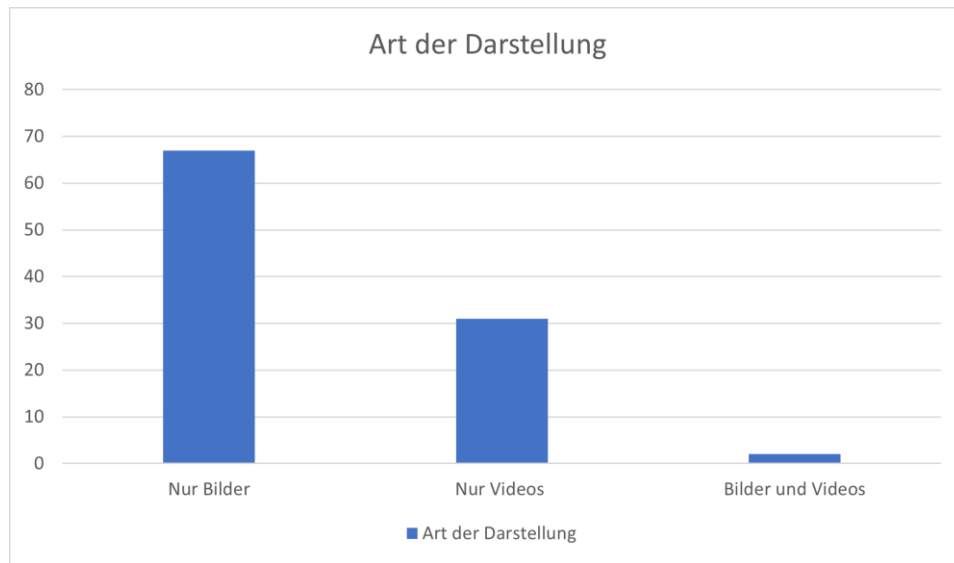


Abbildung 4: Art der Darstellung

7.2 Schwerpunkte der Berichterstattung

Als **häufigstes Thema** innerhalb der Berichterstattung kann das aktuelle Kriegsgeschehen ausgemacht werden: 33 Beiträge haben einen klaren Fokus auf die direkten Auseinandersetzungen zwischen den Kriegsparteien. Die Auswirkungen des Krieges auf andere Länder sind in insgesamt 32 Beiträgen und damit fast genauso häufig als dominantes Thema zu werten. Auch die Auswirkungen, die der Krieg auf die Zivilbevölkerung hat, werden häufig thematisiert und können in 28 Beiträgen als Schwerpunkt der Berichterstattung ausgemacht werden. Maßnahmen zur Lösung des Konfliktes werden selten thematisiert ($n=1$), ebenso die genauen Hintergründe des Krieges ($n=6$). (vgl. Abbildung 5). Das aktuelle Kriegsgeschehen ist damit zwar das häufigste Thema innerhalb der Datenstichprobe, wurde allerdings nur einmal häufiger kodiert als die Auswirkungen des Krieges in anderen Ländern. Von einer klaren Dominanz des aktuellen Kriegsgeschehens innerhalb der Berichterstattung, kann daher nicht gesprochen werden.

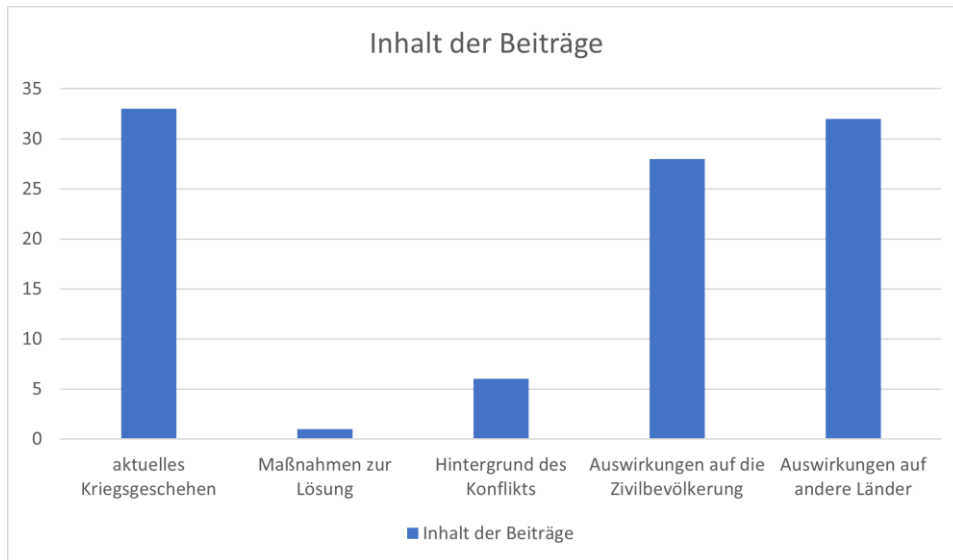


Abbildung 5: Inhalt der Beiträge

Die Hypothese 1a: „Es wird primär über das direkte Kriegsgeschehen und aktuelle Entwicklungen in dem Konflikt berichtet“ hat sich daher nicht bestätigt und muss abgelehnt werden.

Die Analyse der Bildunterschriften hat ergeben, dass bei 52 Beiträgen eine grobe Einordnung in die **Hintergründe des Konfliktes** stattfindet. Als angemessen wird dieser Bezug allerdings kaum eingeschätzt (n= 7) und bei 41 Beiträgen ist überhaupt keiner vorhanden. (vgl. Abbildung 6). Dennoch findet in der Mehrzahl der untersuchten Beiträge eine Einordnung in der Bildunterschrift statt. In den Beiträgen selbst wird der Hintergrund des Konfliktes dagegen kaum thematisiert (vgl. Abbildung 5).

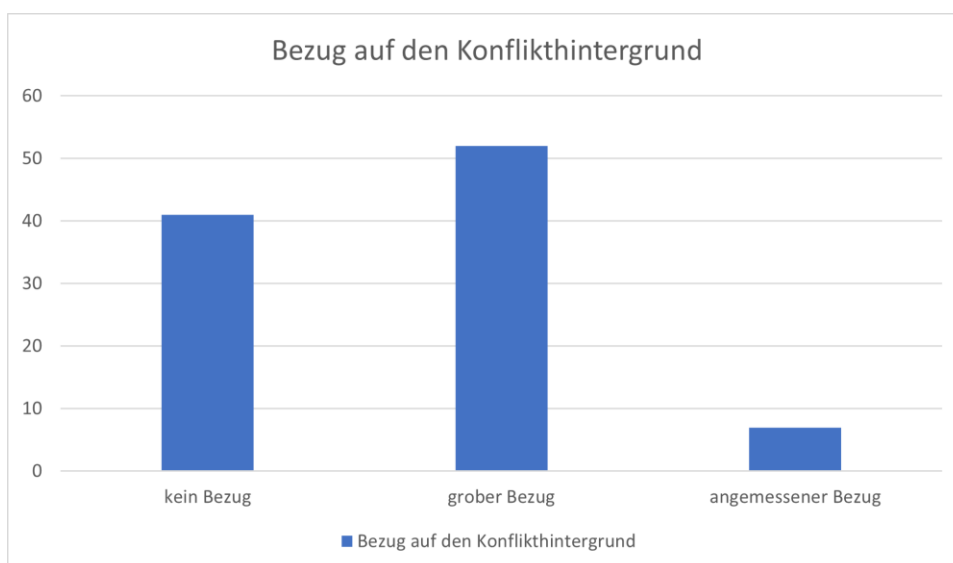


Abbildung 6: Konflikthintergrund in der Bildunterschrift

Die Hypothesen 1b: „Auf die Hintergründe des Konfliktes wird in der Bildunterschrift, nicht aber in den Beiträgen selbst eingegangen“ und 1c: „Eine angemessene Einordnung in die Hintergründe des Konfliktes findet kaum statt“ sind dadurch angenommen.

Visuelle und textliche Elemente werden in mehr als der Hälfte der Beiträge ausgewogen eingesetzt (n= 51). Ist allerdings eine Tendenz in eine Richtung vorhanden, war diese in den meisten Beiträgen eher textlich (n= 43). Nur bei sechs Beiträgen werden vorwiegend visuelle Inhalte verwendet. Diese sind dementsprechend eine eher seltene Inszenierungsform. (vgl. Abbildung 7).

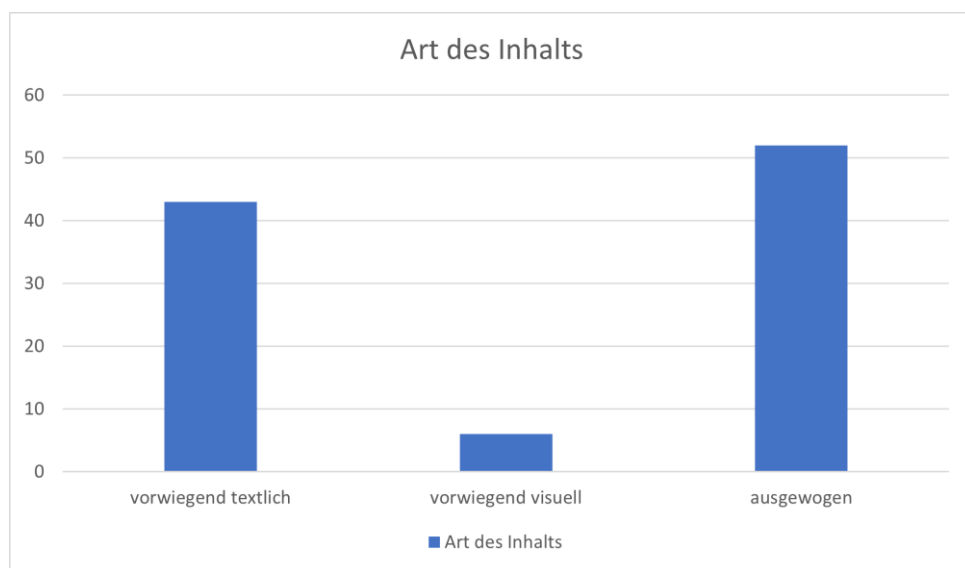


Abbildung 7: Art des Inhalts

Die Hypothese 1d: „Die Berichterstattung erfolgt vorwiegend durch visuelle Inhalte“ ist daher abgelehnt.

7.3 Darstellung von AkteurInnen

Eindeutige HauptakteurInnen sind in insgesamt 42 Beiträgen vorhanden. In mehr als der Hälfte (n= 58) kommen demnach keine nennenswerten AkteurInnen vor. Erhobene AkteurInnen sind in den meisten Beiträgen PolitikerInnen (n= 14) oder Menschen aus der Zivilbevölkerung (n= 12). Acht Mal stehen ReporterInnen im Mittelpunkt der Beiträge und fünf Mal das Militär. Experten kommen innerhalb der gesammelten Daten nur zwei Mal zu Wort. (vgl. Abbildung 8). Es lässt sich demnach festhalten, dass die identifizierten HauptakteurInnen am häufigsten einen politischen Hintergrund haben.

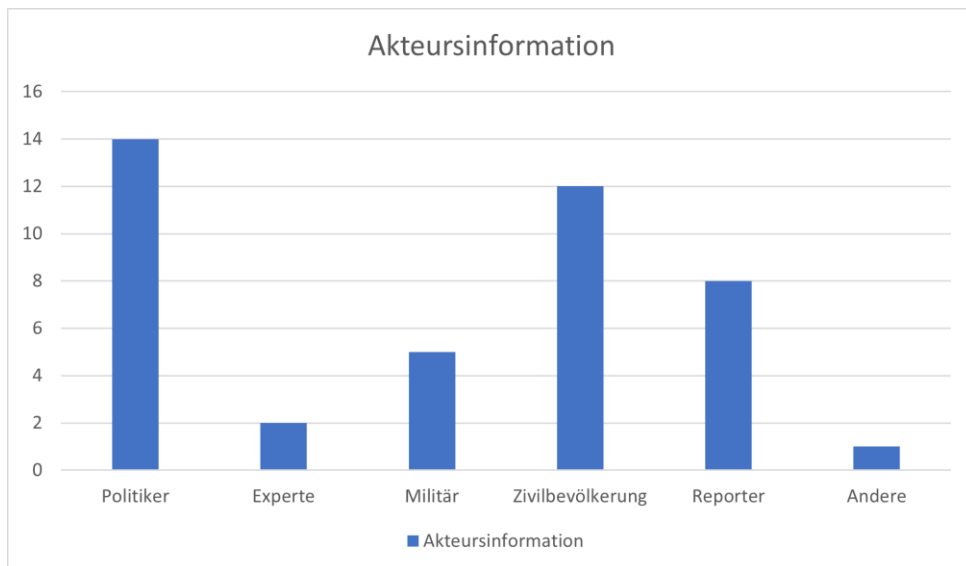


Abbildung 8: Akteursinformation

Die Hypothese 2a „Genannte AkteurInnen sind in den meisten Fällen politisch“ kann daher angenommen werden.

Darüber hinaus werden AkteurInnen in den Instagram-Beiträgen auf verschiedene Arten dargestellt. Dabei sind Zitate die häufigste Inszenierungsform (n= 18). In 11 Beiträgen treten die Personen selbst als SprecherInnen auf, in acht werden sie innerhalb der Berichterstattung mehrfach namentlich genannt. Das Interview-Format ist nur selten vorhanden (n= 5). (vgl. Abbildung 9).

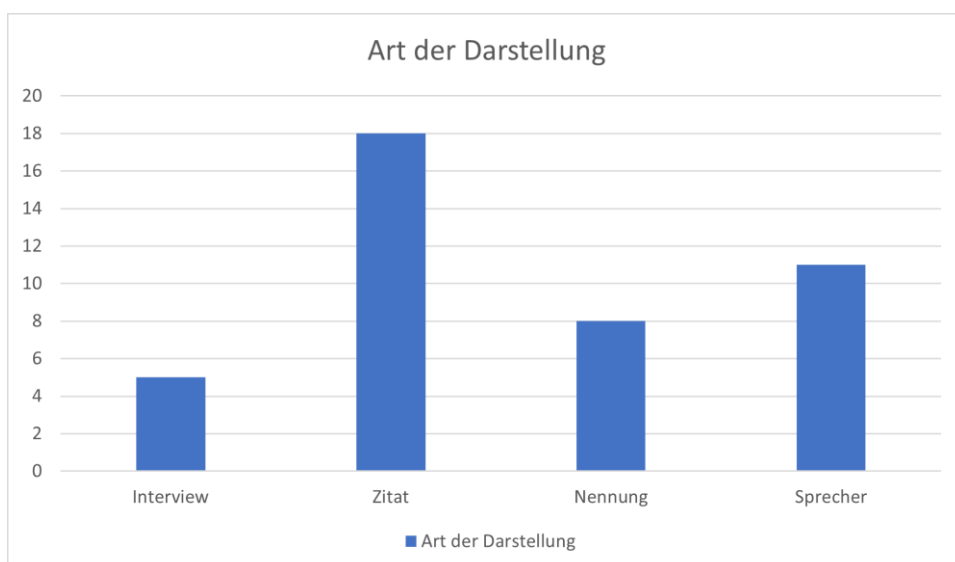


Abbildung 9: Darstellung der AkteurInnen

Die Hypothese 2b „AkteurInnen werden häufig verkürzt durch Zitate dargestellt“ ist dadurch angenommen.

Die AkteurInnen stammen in den meisten Beiträgen aus keinem der beiden Konfliktländer, sondern aus Deutschland (n= 21). Insgesamt 17 AkteurInnen haben die israelische Nationalität, nur einer die palästinensische. In seltenen Fällen (n= 3) können die AkteurInnen weder den Konfliktländern noch Deutschland zugeordnet werden. (vgl. Abbildung 10).



Abbildung 10: Nationalität der AkteurInnen

Die Hypothese 2c „Israelische AkteurInnen kommen häufiger zu Wort als Palästinensische“ ist damit ebenfalls angenommen.

7.4 Bewertung der Konfliktparteien

Die **Rollenverteilung** beschreibt, wie die Kriegsparteien innerhalb der Beiträge dargestellt werden und welche Seite eher die Opfer- und welche die TäterInnen-Rolle einnimmt. Es können auf Basis der Daten keine Aussagen über die Richtigkeit der Rollenverteilungen getroffen werden. Wenn Israel als Opfer eines Angriffs der Hamas bezeichnet wird, ist die Verteilung der Rollen deutlich. Sie kann aber auch unterschwelliger erfolgen: Wenn beispielsweise Angriffe Israels als Selbstverteidigung bezeichnet werden oder vorwiegend über das Leiden von ZivilistInnen in einem der Länder berichtet wird. Auch die Berichterstattung aus einer bestimmten Länderperspektive und das Beziehen von Informationen aus nur einem der Länder können Ausprägungen einer Rollenverteilung innerhalb der Berichterstattung sein.

Die Analyse zeigt, dass Israel in den Beiträgen meist deutlich (n= 51) oder eher (n=29) die Rolle des Opfers einnimmt. Im Gegensatz dazu nehmen palästinensischen Gruppen in einem Großteil der Beiträge deutlich (n= 51) oder eher (n= 26) die andere Rolle ein. Israel wird zudem häufiger in einem neutralen Kontext erwähnt (n= 11) als Palästina (n= 8). (vgl.

Abbildung 11). Zusätzlich wird innerhalb der Berichterstattung häufig aus der Perspektive Israels berichtet (n= 48) und nur selten aus palästinensischer (n= 9). Ebenfalls häufiger wird die Perspektive Deutschlands eingenommen (n= 35). (vgl. Abbildung 12). Es kann demnach von einer eindeutigen Rollenverteilung gesprochen werden.

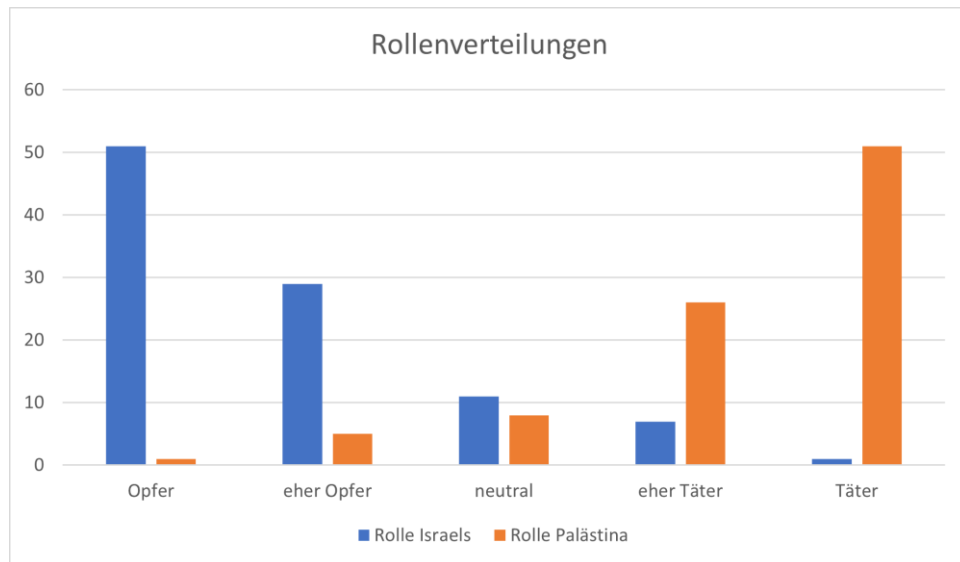


Abbildung 11: Bewertung der Konfliktparteien

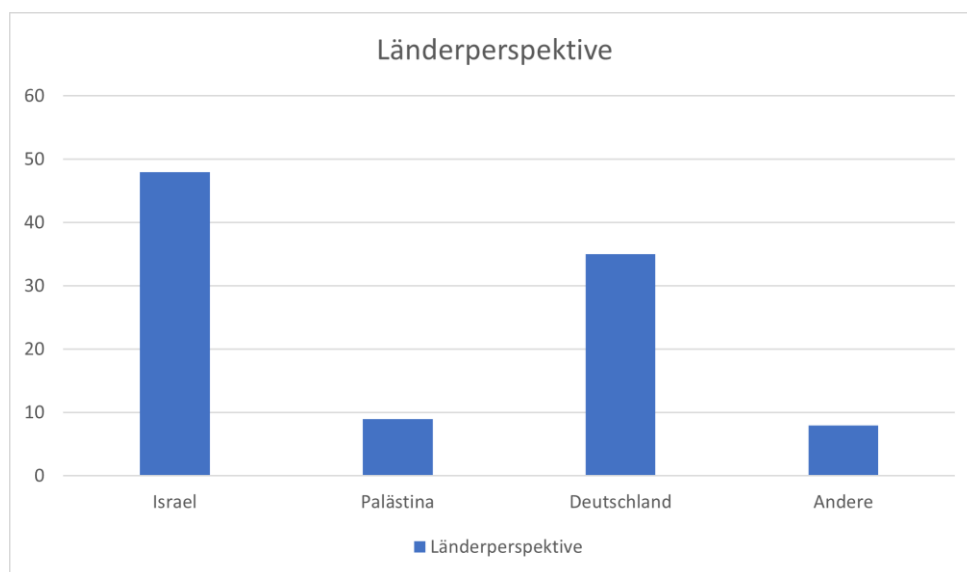


Abbildung 12: Länderperspektive der Beiträge

Die Hypothese 2d: „Israel wird in den meisten Fällen als Opfer dargestellt und palästinensische Gruppen wie die Hamas als Täter.“ ist dadurch angenommen.

Noch eindeutiger verhält es sich dabei, welcher der Konfliktparteien die Schuld für den erneuten Kriegsbeginn gegeben wird: Die Verantwortung wird in allen Beiträgen entweder

der Terrororganisation Hamas zugesprochen (n= 89) oder überhaupt nicht erwähnt (n= 11). (vgl. Abbildung 13)

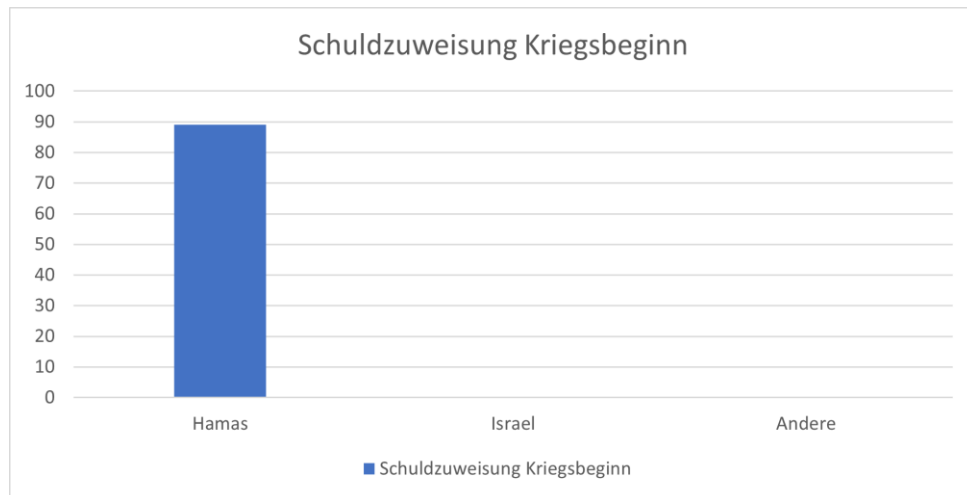


Abbildung 13: Schuldzuweisung für den Kriegsbeginn

Die Hypothese 2e: „Die Hamas wird für den Kriegsausbruch verantwortlich gemacht“ kann demnach ebenfalls angenommen werden.

7.5 Vergleich der Medien

Alle vier Medien verweisen in einem Teil der von ihnen hochgeladenen Beiträge durch Links auf externe Inhalte. Dabei unterscheiden sich diese Verweise allerdings in ihrer Häufigkeit: Andere Inhalte, wie beispielsweise Live-Ticker, werden von RTL aktuell am häufigsten eingesetzt (n= 8). Die Tagesschau (n= 4), die Bild (n= 3) und die Zeit (n= 2) verwenden diese deutlich seltener. Auf vollständige Artikel wird innerhalb der Stichprobe nur durch die ZEIT verwiesen (n= 14). (vgl. Abbildung 14)

Zwischen den beiden Variablen **Instagram-Account** und **Verweis** besteht darüber hinaus mit $p= <0,001$ ein hochsignifikanter Zusammenhang.

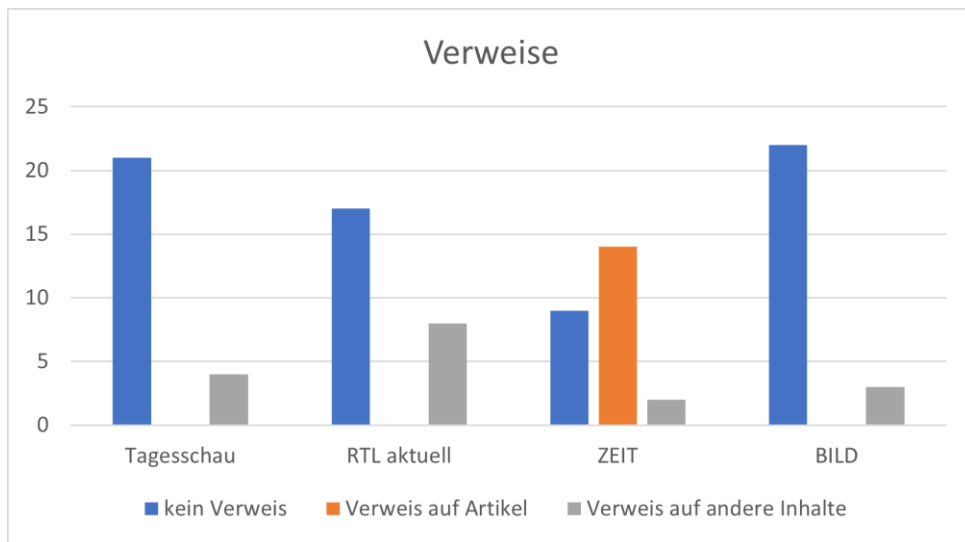


Abbildung 14: Verweise auf externe Inhalte

Die Hypothese 3a: „Alle Medien nutzen Links, um auf externe Inhalte zu verweisen und so den Textumfang zu reduzieren.“ kann trotz der Unterschiede in der Häufigkeit der Verwendung angenommen werden.

Die Variable der **Sachlichkeit** beschreibt, wie die Inhalte eines Beitrags auf einer Skala von sachlich/ informativ bis emotional eingeordnet werden. Da hierbei Unterschiede zwischen den **visuellen und textlichen Inhalten** der Beiträge möglich sind, wurde sie in zwei verschiedene Variablen aufgeteilt. Die visuellen Inhalte der Tagesschau werden in 17 Beiträgen als sachlich und informativ oder eher sachlich und informativ eingestuft. Emotionale oder eher emotionale Bildinhalte sind in vier Beiträgen vorhanden. Auf dem Account von RTL aktuell haben 18 der Beiträge sachlichere und 6 emotionalere Inhalte. Die Bild verwendet ebenfalls häufig sachliches oder eher sachliches Bildmaterial (n= 16) und greift eher selten auf emotionalere Inhalte zurück (n= 7). Gleich viele sachlichere und emotionalere Inhalte (n= 11) sind auf dem Instagram-Account der Zeit zu finden. Ausgewogene visuelle Inhalte stellen bei allen Medien eine Seltenheit dar. (vgl. Abbildung 15). Sechs der Beiträge haben keine visuellen Inhalte: je drei davon auf den Instagram-Accounts der Tagesschau und der Zeit. Insgesamt lässt sich trotz individueller Unterschiede ein deutlicher Schwerpunkt aller Medien auf sachlichen und informativen oder eher sachlich und informativen visuellen Inhalten feststellen. Deutliche Unterschiede sind innerhalb der Stichprobe nicht vorhanden.

Der Zusammenhang zwischen den Variablen **Instagram-Account** und **Sachlichkeit der Bildinhalte** ist darüber hinaus mit einem Wert von $p= 0,103$ nicht signifikant.

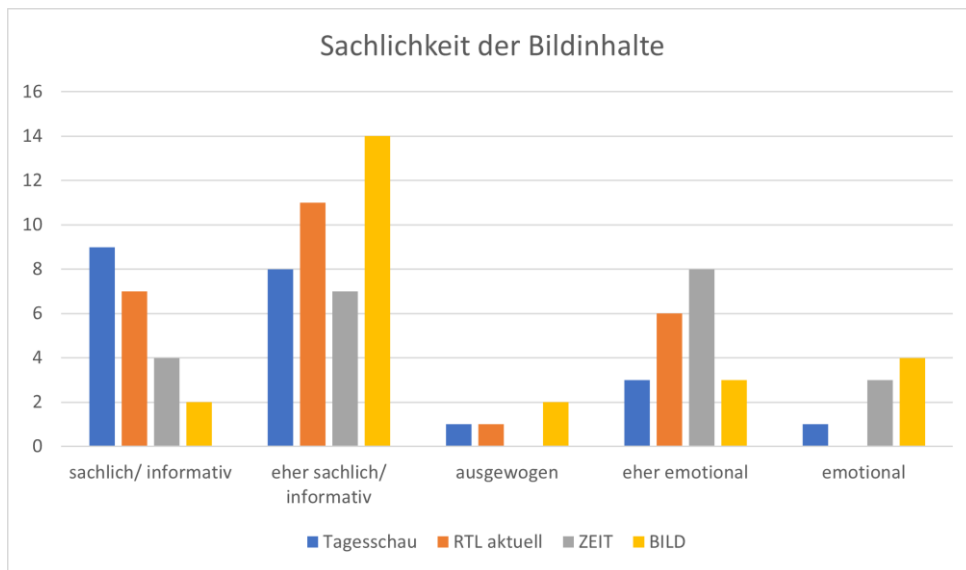


Abbildung 15: Sachlichkeit der Bildinhalte

Die Hypothese 3b: „Emotionales Bildmaterial wird nicht von allen Medien im gleichen Umfang verwendet.“ kann dadurch abgelehnt werden.

Alle 100 Beiträge haben textliche Inhalte, die sich im Hinblick auf die Sachlichkeit teils stark zwischen den verschiedenen Medien unterscheiden. Insbesondere zwischen der Tagesschau und der Bild kann ein fast gegensätzliches Ergebnis beobachtet werden: Erstere verwendet vorwiegend sachliche (n= 16) und eher sachliche (n= 7) textliche Inhalte. Emotionale und eher emotionale Texte sind in nur zwei Beiträgen aus der Stichprobe vorhanden. Die Beiträge der Bild zeichnen sich dagegen zu einem Großteil durch (eher) emotionale Inhalte aus (n= 21), während sachliche (n= 1) und eher sachliche (n= 3) eine Seltenheit darstellen. So deutliche Tendenzen in eine Richtung sind bei RTL aktuell und der Zeit nicht zu erkennen. Die Beiträge sind hier gleichmäßiger auf der Skala verteilt. Bei RTL aktuell ist allerdings dennoch ein Schwerpunkt auf (eher) sachlichen Inhalten (n= 15) zu erkennen, der bei der Zeit stärker auf (eher) den emotionalen (n= 15) liegt. Die Zeit ist darüber hinaus unter den untersuchten Medien die einzige, bei der innerhalb der Stichprobe ein Beitrag mit ausgewogenen Inhalten existiert. (vgl. Abbildung 16).

Mit einem Wert von $p = <0,001$ ist der Zusammenhang zwischen den Variablen **Instagram-Account** und **Sachlichkeit der Textinhalte** als hoch signifikant anzusehen.

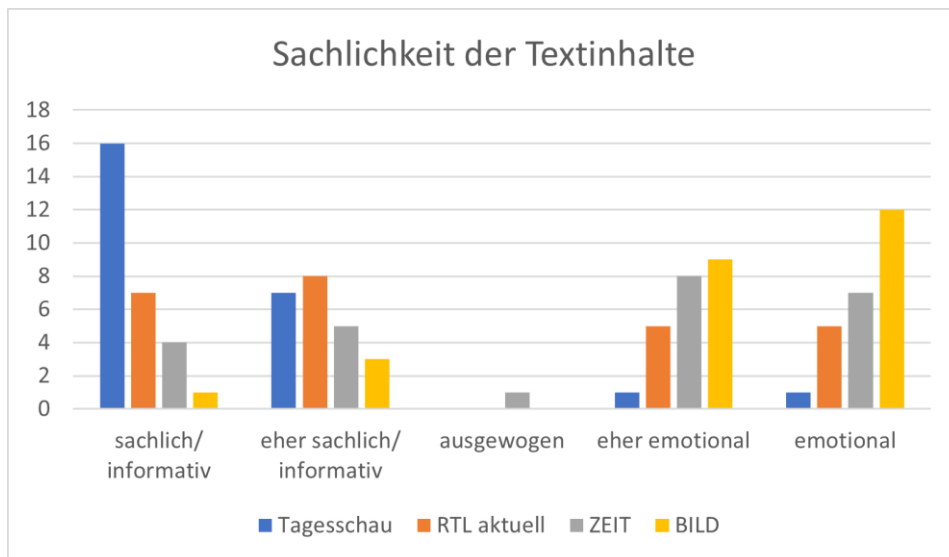


Abbildung 16: Sachlichkeit der Textinhalte

Die Hypothese 3c: „Die Medien unterscheiden sich hinsichtlich der Neutralität der Beiträge“ ist damit angenommen.

In Kapitel 7.4 konnte bereits festgestellt werden, dass Israel innerhalb der untersuchten Beiträge meist die Opferrolle einnimmt, während palästinensische Gruppen wie die Hamas als TäterInnen gelten. (vgl. Abbildung 11). Im Folgenden wird untersucht, wie sich die Ausprägung dieser Täter-Opfer-Bilder zwischen den verschiedenen Medien unterscheiden.

Es wird deutlich, dass alle Medien innerhalb der Berichterstattung deutlich häufiger dazu neigen, Israel als Opfer darzustellen. Dabei grenzt sich die Tagesschau, wenn auch nur gering, von den anderen Medien ab: Die Bewertung des Landes Israel als Opfer erfolgt innerhalb der Beiträge oft weniger stark und unterschwelliger als in denen der anderen Medien. So wird Israel in weniger Beiträgen deutlich ($n=7$), sondern meist in der schwächeren Form eher als Opfer dargestellt ($n=14$). Bei den anderen Medien liegt der Fokus deutlich auf einer klaren Benennung Israels als Opfer des Angriffs, dass sich mit eigenen militärischen Angriffen verteidigt. (vgl. Abbildung 17). Es gab innerhalb der Stichprobe nur einen Beitrag, in dem Israel nicht erwähnt wurde. Palästina und palästinensische Gruppen wurden in insgesamt 91 Beiträgen namentlich genannt.

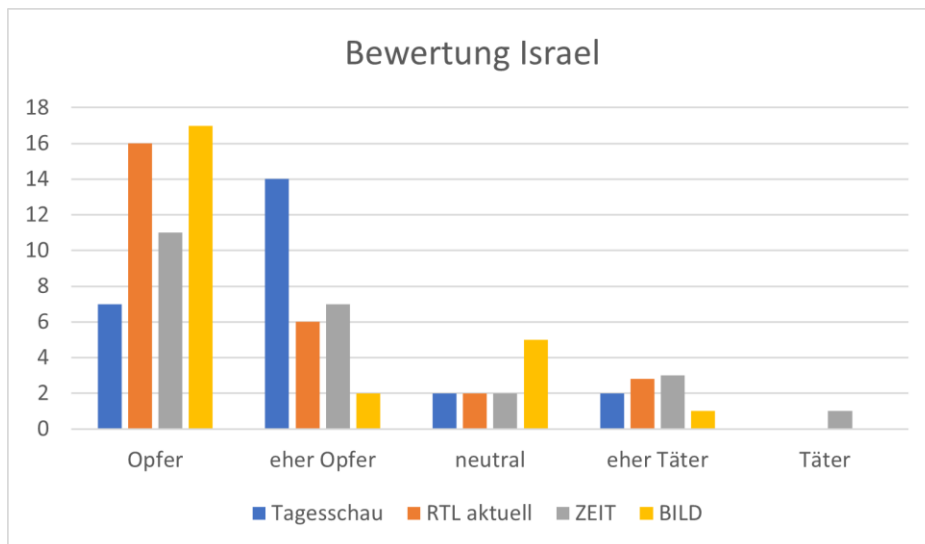


Abbildung 17: Bewertung von Israel

Die Bewertung von Palästina erfolgt genau gegensätzlich: Palästinensische Gruppen nehmen innerhalb der Berichterstattung nur selten die Rolle des Opfers ein und gelten in einem Großteil der Beiträge als angreifende Kraft. Dabei ist diese Rollenverteilung bei der Tagesschau auch hier häufig weniger stark ausgeprägt ($n=14$). (vgl. Abbildung 18). Obwohl sich demnach alle untersuchten Medien eine Tendenz bei der Rollenverteilung aufweisen, ist die Ausprägung dieser teils unterschiedlich stark. Insbesondere die Beiträge der Tagesschau zeichnen sich durch eine weniger starke Konstruktion dieser Täter-Opfer-Bilder aus. Eine deutlich umgekehrte Rollenverteilung ist in nur einem Beitrag und auf dem Instagram-Account der Zeit zu finden. (vgl. Abbildung 17 und 18).

Zwischen den Variablen **Instagram-Account** und **Rolle Israels** besteht mit einem Wert von $p=0,034$ ein signifikanter Zusammenhang.

Mit $p=0,024$ ist dieser zwischen den Variablen **Instagram-Account** und **Rolle Palästina** ebenfalls signifikant.

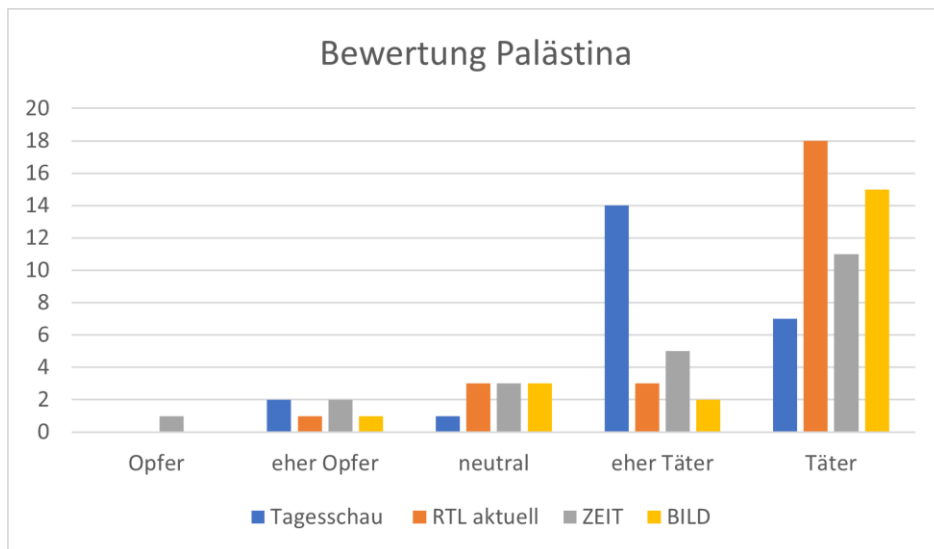


Abbildung 18: Bewertung von Palästina

Die Hypothese 3d: „Die Konstruktion von Täter-Opfer-Bildern ist bei den verschiedenen Medien unterschiedlich stark“ ist dadurch angenommen.

8. Fazit

In der vorliegenden Arbeit wurden die Rollen und Aufgaben des Journalismus, der Sozialen Medien und der Kriegsberichterstattung theoriegestützt untersucht. Dabei wurde auf Basis verschiedener Theorien und Studien hergeleitet, wie Soziale Medien sich auf den Journalismus auswirken und wie dieser auf der Plattform Instagram bislang stattfindet. Im Anschluss ist auf die Umstände eingegangen worden, denen JournalistInnen bei der Berichterstattung über Kriege und Konflikte ausgesetzt sind und welche Besonderheiten diese Art der Berichterstattung daher mit sich bringt. Aufbauend auf diesen theoretischen Untersuchungen wurden anschließend Hypothesen aufgestellt und anhand einer Inhaltsanalyse von insgesamt 100 Instagram-Beiträgen überprüft. In diesem Fazit werden zunächst die im Ergebnisteil dargestellten Erkenntnisse noch einmal zusammengefasst und in den zu Beginn definierten theoretischen Rahmen eingeordnet, um die untergeordneten Vertiefungsfragen und damit die übergeordnete Forschungsfrage beantworten zu können. Im letzten Kapitel werden dann Grenzen der Arbeit aufgezeigt und Möglichkeiten zur weiteren Forschung thematisiert.

8.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Insgesamt wurden 13 Hypothesen zur Überprüfung der Forschungsfrage aufgestellt, von denen sich zehn durch die Ergebnisse der Inhaltsanalyse bestätigen lassen. Dabei konnten je zwei signifikante und hochsignifikante Zusammenhänge festgestellt werden. Die übrigen drei

Hypothesen haben sich nicht bestätigt und wurden abgelehnt. Da einer dieser Zusammenhänge allerdings mit einem Wert über 0,1 nicht signifikant ist, ist ein anderes Ergebnis in der Grundgesamtheit nicht auszuschließen. Die Ergebnisse der Analyse zeigen, wie Informationen durch die vier Medien simplifiziert werden und welche Strategien eingesetzt werden, um den Textumfang zu reduzieren. Es wird geprüft, wie sich die verschiedenen Medien in ihrer Berichterstattung über den Nahostkonflikt unterscheiden und inwiefern diese den komplexen Verhältnissen zwischen den Kriegsparteien gerecht wird. Auf diese Weise wird aufgezeigt, wie vier etablierte deutsche Medien die Plattform Instagram nutzen, um über den Nahostkonflikt zu berichten und inwiefern es dabei zu Komplexitätsreduktion kommt.

Ein Großteil der untersuchten Beiträge wurde in der ersten Woche nach Kriegsbeginn hochgeladen. Der Krieg stellt dabei fast immer das Hauptthema der Berichterstattung dar und nur selten eins von mehreren Hauptthemen oder einen Nebenaspekt. Bilder sind das am häufigsten eingesetzte Medium und kommen deutlich häufiger zum Einsatz als Videos oder eine Kombination aus beiden. (Kapitel 7.1). Diese Erkenntnisse decken sich mit Feststellungen aus bereits existierenden Studien, die ebenfalls Bilder als häufigste Form der Berichterstattung auf Instagram identifiziert haben (Hendrickx, 2021, S. 9f.; Planer et al., 2022, S. 174f.). Dass in den ersten Tagen nach Kriegsbeginn vermehrt über das Thema berichtet wurde, ist auf seine zu diesem Zeitpunkt besonders hohe Neuheit zurückzuführen, die nach Meier einen wichtigen Faktor bei der Auswahl von Themen für die journalistische Berichterstattung bildet (Meier, 2018, S. 14). Der Umfang der Berichterstattung macht ebenfalls deutlich, dass sich die von Löffelholz (193, S. 22) und Jungblut (2022, S. 314) betonte Relevanz von Kriegen für den Journalismus auch auf der Plattform Instagram wiederfindet. Gegensätzlich zu der visuellen Ausrichtung der Plattform (Kapitel 2.3.1) kann bei den erhobenen Beiträgen allerdings kein Schwerpunkt auf visuellen Inhalten festgestellt werden: Textliche sind deutlich häufiger dominant, in den meisten Beiträgen sind die Inhalte in Bezug auf ihre visuellen und textlichen Elemente ausgewogen (Kapitel 7.2).

Das häufigste Thema der Berichterstattung stellt das aktuelle Kriegsgeschehen und damit die direkten Auseinandersetzungen zwischen den verschiedenen Parteien dar, dicht gefolgt von den Auswirkungen des Krieges auf andere Länder und die Zivilbevölkerung. Mögliche Lösungsstrategien werden kaum thematisiert und auch die Hintergründe des Konfliktes werden in den Beiträgen nur selten angeschnitten. In der Bildunterschrift findet eine solche Einordnung durch Hintergrundinformationen häufiger statt, allerdings entspricht diese nur selten den komplexen Verhältnissen zwischen den Kriegsparteien. (Kapitel 7.2). Diese Erkenntnisse bestätigen die bereits festgestellte Relevanz der Aktualität als Faktor zur

Auswahl von Nachrichten auf Instagram (Hendrickx & Vázquez-Herrero, 2024, S. 1064). Eine solche Ereignisorientierte Berichterstattung mit einem häufigen Fokus auf die direkte Kriegsgewalt konnte bereits in anderen Untersuchungen von Kriegsberichterstattung festgestellt werden und lässt sich auf Basis dieser Arbeit auf Instagram übertragen (vgl. Fröhlich et al., 2007, S. 26ff.; Baden & Tenenboim-Weinblatt, 2018, S. 29; Maurer et al., 2023, S. 5). Löffelholz (1993, S. 33) hat bereits darauf verwiesen, dass die Hintergrundgeschichte von Kriegen und Konflikten innerhalb der Medienberichterstattung häufig weitgehend unerwähnt bleibt. Eine Konfliktsensitive Berichterstattung nach Bilke (2008, S. 19f.), die sich insbesondere durch die Einordnung von Ereignissen und das Thematisieren von Lösungsmöglichkeiten auszeichnet, findet dementsprechend nicht statt. Der Nahostkonflikt geht allerdings bis in das letzte Jahrhundert zurück und hat demnach eine besonders komplexe Geschichte, die nicht bei der gesamten Bevölkerung als Hintergrundwissen vorausgesetzt werden kann (Kapitel 1.1). Diese nicht oder nur grob zu thematisieren, stellt eine besonders starke Form der Komplexitätsreduktion dar (Kapitel 2.1) und trägt somit nicht zu einem tieferen Verständnis des Konfliktes seitens des Publikums bei. Auf diese Weise wird ein vereinfachtes Bild des Krieges erzeugt, das den komplexen Verhältnissen zwischen den Konfliktparteien nicht unbedingt gerecht wird. Es kann in dieser Hinsicht durchaus von einer Dekontextualisierung des Konfliktes als Folge der Medienberichterstattung gesprochen werden. (Richter, 2014, S.3)

PolitikerInnen kommen innerhalb der Beiträge am häufigsten zu Wort, aber auch Menschen aus der Zivilbevölkerung sind regelmäßig AkteurInnen der Berichterstattung. Sie haben in den meisten Fällen die deutsche oder etwas seltener die israelische Nationalität. Zitate sind mit größerem Abstand die häufigste Darstellungsform. (Kapitel 7.3). AkteurInnen und ihren Positionen durch Zitate darzustellen und so den Textumfang zu reduzieren, ist eine Form der Komplexitätsreduktion auf Instagram, die bereits durch Hendrickx & Vázquez-Herrero (2024, S. 1064) festgestellt werden konnte und sich in dieser Untersuchung bestätigt hat. Der Fokus auf politische AkteurInnen, wie er durch Maurer et al. (2023, S. 7) festgestellt wurde, ist in dieser Arbeit ebenfalls vorhanden.

Die beiden Konfliktparteien Israel und Palästina werden in den Beiträgen unterschiedlich bewertet: Israel nimmt in den meisten Fällen eine mehr oder weniger deutliche Opferrolle ein, während palästinensische Gruppen eher als Angreifer dargestellt werden. Die Kriegsverantwortung wird ausschließlich bei der Terrororganisation Hamas gesucht. Es wird zudem deutlich häufiger aus der Perspektive Israels oder Deutschlands berichtet als aus palästinensischer. (Kapitel 7.4). Diese deutliche Tendenz innerhalb der Berichterstattung ist einerseits mit der in Kapitel 3.3 erläuterten historischen Verantwortung zu erklären, die

Deutschland gegenüber der jüdischen Bevölkerung Israels hat. Andererseits ist die erneute Eskalation des Konfliktes auf den Angriff der palästinensischen Terrororganisation Hamas am 07. Oktober 2023 zurückzuführen und die Verantwortung für den Kriegsbeginn damit zunächst offensichtlich (Kapitel 1.1). Die Komplexität dieses langjährigen Konflikts zwischen den Staaten wird innerhalb der Instagram-Berichterstattung demnach auf den neusten Angriff der Hamas und die Verteidigung Israels reduziert. So entsteht ein weniger komplexes und vereinfachtes Bild des Krieges, das ebenfalls auf die kaum vorhandene Einordnung der Geschehnisse in den Konflikthintergrund zurückgeführt werden kann. Da sich die Regierung in der Thematik deutlich auf der Seite Israels positioniert hat (Bundesregierung, 2024), kann der von Bennet (1990) beschriebene Prozess des Indexing nicht ausgeschlossen werden.

Im direkten Vergleich der verschiedenen Medien können sowohl Unterschiede als auch Gemeinsamkeiten in der Berichterstattung identifiziert werden. So nutzen die vier Medien Tagesschau, RTL aktuell, Zeit und Bild alle in einem Teil ihrer Beiträge Links, um auf externe Inhalte zu verweisen. Der Textumfang innerhalb des Instagram-Beitrags wird auf diese Weise reduziert. Das Bildmaterial ist bei allen Medien zu einem Großteil (eher) sachlich und informativ, während (eher) emotionale Inhalte mehr eine Seltenheit darstellen. (Kapitel 7.5). Dieses Ergebnis spricht, zumindest in Bezug auf die Emotionalisierung von visuellen Inhalten, gegen eine allgemeine Boulevardisierung der Medienlandschaft (Kapitel 2.2). Insbesondere bei der Bild-Zeitung bestand aufgrund ihres Rufes als Boulevardblatt mit großen Bildern (Kapitel 4) eine andere Erwartungshaltung, die sich zumindest vorläufig nicht bestätigt hat.

Ein Unterschied in der Neutralität der Beiträge besteht zwischen den verschiedenen Medien dennoch, allerdings vor allem in ihren textlichen Inhalten. Die Tagesschau hat die meisten Beiträge mit (eher) sachlichen Textinhalten hochgeladen, danach folgen RTL aktuell an zweiter und die Zeit an dritter Stelle. Die Beiträge der Bild sind mit größerem Abstand am seltensten (eher) sachlichen und zu einem Großteil (eher) emotional. Die Zuweisung von Täter-Opfer-Bildern ist in den Beiträgen der Tagesschau zudem oft weniger stark ausgeprägt als in den anderen Medien. (Kapitel 7.5). In den textlichen Inhalten der Instagram-Beiträge sind demnach durch die Boulevardisierungstendenzen in Form von Emotionalisierung zu finden (Kapitel 2.2), die sich zwischen den verschiedenen Medien allerdings stark unterscheiden. Der Boulevard-Charakter der Bild-Zeitung ist in der Häufigkeit, in der emotionale Texte auftreten, deutlich wiederzufinden (Kapitel 4). Dass die Tagesschau innerhalb dieser Untersuchung am häufigsten sachlich berichtet, deckt sich mit der Annahme anderer Studien, dass Boulevardisierungstendenzen in privaten Medien meist stärker

ausgeprägt sind als in öffentlich-rechtlichen (Donsbach & Büttner, 2005a, S. 35; Leidenberger 2015, S. 293). Auch die Tatsache, dass es sich bei der Tagesschau und RTL aktuell um etablierte Nachrichtensendungen handelt (Kapitel 4), kann eine Begründung für die eher sachlichen Inhalte auf gerade diesen Instagram-Accounts sein.

8.2 Limitationen und Ausblick

Die vorliegende Arbeit gibt einen umfangreichen Überblick darüber, wie deutsche Medien die Plattform Instagram nutzen, um über den Nahostkonflikt zu berichten. Einige Annahmen aus ähnlichen Studien konnten durch die Ergebnisse der Analyse bestätigt und teils wesentliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Medien festgestellt werden. Die Untersuchung weist trotz dessen inhaltliche Limitationen auf, die an anderer Stelle Anlass zu weiterer Forschung geben.

Es wurden ausschließlich Beiträge auf der Plattform Instagram untersucht. Dabei umfassen die Sozialen Medien viele verschiedene Plattformen, auf denen Journalismus stattfinden kann und die sich in ihren Plattform-Logiken teils stark voneinander unterscheiden (Kapitel 2.3). Ein Vergleich der journalistischen Berichterstattung auf verschiedenen Plattformen hat dementsprechend nicht stattgefunden und allgemeinere Aussagen über den Journalismus oder Kriegsberichterstattung in den Sozialen Medien können nicht getroffen werden. Ein solcher Vergleich kann einen interessanten Ansatz für nachfolgende Studien bieten. Ebenso wurden ausschließlich Instagram-Accounts von vier deutschen Medien untersucht und miteinander verglichen. Die deutsche Medienlandschaft ist allerdings sehr viel breiter und der Nahostkonflikt ein Thema mit internationaler Bedeutung. Die Anzahl der Untersuchungsobjekte könnte also zukünftig erweitert und auch um internationale Medien ergänzt werden. Die fehlende Signifikanz einer Analyse lässt zudem auf eine zu geringe Datenmenge schließen, der durch eine Erweiterung der Stichprobe entgegengewirkt werden kann.

Da die Berichterstattung über den Konflikt bei zwei von vier untersuchten Medien nach einigen Wochen wieder stark abgenommen hat, wurden alle Beiträge zu einem Zeitpunkt erhoben. Aussagen über die Entwicklung der Berichterstattung im Zeitverlauf können demnach nicht getroffen werden. In nachfolgenden Studien bestünde beispielsweise durch eine andere oder größere Auswahl der Untersuchungsobjekte die Chance, diese Lücke zu schließen. Es können darüber hinaus keine Aussagen zur Häufigkeit der Berichterstattung im Vergleich zu anderen Themen getroffen werden, da ausschließlich Beiträge über den Nahostkonflikt erhoben wurden. Die Untersuchungskriterien in dieser Arbeit sind zu Gunsten der Realisierbarkeit stark präzisiert worden. Eine breitere Aufstellung des

Codebuchs mit zusätzlichen Kategorien würde in künftigen Analysen mehr oder intensivere Aussagen über die inhaltlichen Merkmale der Beiträge ermöglichen. Insbesondere die Bildunterschriften der Beiträge wurden nur grob und mit wenigen Variablen untersucht. Durch eine Erweiterung des Codebuchs könnten sie genauer betrachtet und eigenständig auf ihre Inhalte hin geprüft werden.

Ebenfalls zu erwähnen ist, dass der Schwerpunkt dieser Untersuchung auf die Strategien und Inszenierungen gelegt wurde, mit denen die Medien die Komplexität des Nahostkonfliktes auf Instagram reduzieren. Dieser wurde aufgrund des besonders verkürzten und visuellen Formats der Plattform gewählt, könnte allerdings auch anders gesetzt werden. Ein mögliches Beispiel ist die Einhaltung medienethischer Grundsätze innerhalb der Kriegsberichterstattung in den Sozialen Medien. Eine rein inhaltsanalytische Untersuchung sagt zudem wenig über die Motive der KommunikatorInnen aus. Diese könnten künftig ergänzend durch parallel geführte Experteninterviews mit JournalistInnen und Redaktionen identifiziert werden.

Quellenverzeichnis

- about.instagram.com (2024a). 10 Jahre Instagram. <https://about.instagram.com/de-de/about-us/instagram-product-evolution> Stand: 24.07.2024
- about.instagram.com (2024b). Instagram Reels. <https://about.instagram.com/features/reels> Stand: 24.07.2024
- AGF-Videoforschung (2023). TV-Daten. Jahresmarktanteile: Top 30 Sender 2023. <https://www.agf.de/daten/tv-daten> Stand: 10.08.2024
- ARD/ZDF-Onlinestudie (2023). Pressemitteilung: Normalisierung der Internetnutzung nach den Corona-Jahren. <https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/ardzdf-onlinestudie/pressemitteilung/> Stand: 20.07.2024
- Asseburg, M. & Busse, J. (2023). *Der Nahostkonflikt: Geschichte, Positionen, Perspektiven*. München: C.H. Beck Verlag, 5. Auflage.
- Babayiğit, G., Gröbner, T., Helten, C. & Pizzato, L. (2024). Der Krieg in Zahlen. In: *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/projekte/artikel/politik/gaza-krieg-zahlen-israel-hamas-tote-e457329/> Stand: 10.10.2024
- Baden, C. & Tenenboim-Weinblatt, K. (2018). The search for common ground in conflict news research: Comparing the coverage of six current conflicts in domestic and international media over time. In: *Media, War & Conflict* 11(1). (S. 22-45). Sage Publications. DOI: 10.1177/1750635217702071
- Badr, H. (2017). *Framing von Terrorismus im Nahostkonflikt. Eine Analyse deutscher und ägyptischer Printmedien*. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-17393-7>
- Beck, K. (2018). *Das Mediensystem Deutschlands: Strukturen, Märkte, Regulierung*. Wiesbaden: Springer VS, 2. Auflage. DOI: 10.1007/978-3-658-11779-5
- Behmer, M. (2016). Auf schmalen Grat. Problembereiche der Krisen- und Kriegsberichterstattung. In: Behmer, M. & Schröder, M. (Hrsg.). *Konfliktzonen. Reflexionen über die Kriegs- und Krisenberichterstattung*. (S. 75 - 106). Münster: LIT Verlag.
- Behmer, M. & Schröder, M. (2016). *Konfliktzonen. Reflexionen über die Kriegs- und Krisenberichterstattung*. Münster: LIT Verlag.
- Bennet, W. L. (1990). Toward a theory of press-state relations in the United States. In: *Journal of Communication*, 40(2). (S. 103-125).

Bewerunge, M. (2024). Israel, Gaza, Nahost: Wie sich alles änderte. In: *ZDF heute*. <https://www.zdf.de/nachrichten/politik/ausland/israel-amas-angriff-nahost-konflikt-faq-100.html> Stand: 09.10.2023

Bild (2012a). Bild – Ein Stück deutscher Geschichte. <https://www.bild.de/digital/bild-zeitung-druck/zeitungen/bild-zeitung-geschichte-17298738.bild.html> Stand: 15.08.2024

Bild (2012b). Alle Fakten zur BILD. <https://www.bild.de/digital/bild-zeitung-druck/bild-druck/alle-fakten-redaktionen-journalisten-19083750.bild.html> Stand: 15.08.2024.

Bild, @bild (2023). Instagram-Account der Bildzeitung. <https://www.instagram.com/bild/> Stand: 24.07.2024

Bilke, N. (2008). Qualität in der Krisen- und Kriegsberichterstattung: Ein Modell für einen konfliktsensitiven Journalismus. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. DOI: 10.1007/978-3-531-91137-3

Brantner, C., Lobinger, K., & Wetzstein, I. (2011). Effects of visual framing on emotional responses and evaluations of news stories about the Gaza conflict 2009. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 88(3). (S. 523-540). DOI: 10.1177/107769901108800307

Bucher, H.-J. (2004). Internet und Krieg. Informationsrisiken und Aufmerksamkeitsökonomie in der vernetzten Kriegskommunikation. In: Löffelholz, M. (Hrsg.). *Krieg als Medienereignis II: Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert*. (S. 276-296). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. DOI: 10.1007/978-3-322-90833-9

Bucher, H.-J., & Schumacher, P. (2006). The relevance of attention for selecting news content. An eye-tracking study on attention patterns in the reception of print and online media. In: *Communications*, 31. (S. 347-368). DOI: 10.1515/COMMUN.2006.022.

Bundesministerium des Innern und für Heimat (2024a). Islam in Deutschland. <https://www.bmi.bund.de/DE/themen/heimat-integration/gesellschaftlicher-zusammenhalt/staat-und-religion/islam-in-deutschland/islam-in-deutschland-node.html> Stand: 23.07.2024.

Bundesministerium des Innern und für Heimat (2024b). Jüdische Gemeinschaft in Deutschland. <https://www.bmi.bund.de/DE/themen/heimat-integration/gesellschaftlicher-zusammenhalt/staat-und-religion/juedische-gemeinschaft/juedische-gemeinschaft-node.html?jsessionid=A66253222AB2B4CF8C48604200538A09.live891> Stand: 23.07.2024.

Bundesregierung (2024). Deutschland steht an der Seite Israels – und setzt sich für eine Deeskalation ein. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/unterstuetzung-israel-2228198> Stand: 05.09.2024

business.instagram.com (2024a). Carousels. https://business.instagram.com/instagram-post-tips?locale=de_DE Stand: 24.07.2024

business.instagram.com (2024b). Bildtexte verfassen, die zum Weiterlesen anregen. https://business.instagram.com/blog/how-to-write-captions-that-keep-people-reading?locale=de_DE Stand: 29.08.2024

Daniel, U. (2006). Der Krimkrieg 1853-1856 und die Entstehungskontexte medialer Kriegsberichterstattung. In: Daniel, U. (Hrsg.). *Augenzeugen: Kriegsberichterstattung vom 18. Zum 21. Jahrhundert.* (S. 40 – 67). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Dernbach, B., Godulla, A. & Sehl A. (2019). Komplexität im Journalismus. Wiesbaden: Springer Fachmedien. DOI: 10.1007/978-3-658-22860-6

Deutscher Bundestag (2024). Grundgesetz. <https://www.bundestag.de/gg/grundrechte> Stand: 05.08.2025.

Deutschlandfunk (2022). Die erste Ausgabe der Bildzeitung. <https://www.deutschlandfunk.de/70-jahre-bild-zeitung-100.html> Stand: 15.08.2024.

Deutschlandfunk (2024). Kritik am ÖR. <https://www.deutschlandfunk.de/reaktionen-auf-oerr-kritisches-manifest-100.html> Stand: 07.08.2024.

Diekmann, A. (2012). Empirische Sozialforschung – Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbeck: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 6. Auflage.

Dominikowski, T. (2004). Massenmedien und Massenkrieg. Historische Annäherungen an eine unfriedliche Symbiose. In: Löffelholz, M. (Hrsg.). *Krieg als Medienereignis II: Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert.* (S. 59-80). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. DOI: 10.1007/978-3-322-90833-9

Donsbach, W. & Büttner, K. (2005a). Boulevardisierungstrend in deutschen Fernsehnachrichten. In: *Publizistik*, 50(1). (S. 21–38). DOI: 10.1007/s11616-005-0116-6

Donsbach, W. & Büttner, K. (2005b). Boulevardisierungstrend in deutschen Fernsehnachrichten. Codebuch – Grundlagen der Analysen. https://donsbach.net/wp-content/uploads/2011/12/Codebuch_TV-Nachrichten.pdf Stand: 01.09.2023

- Esser, F. (1999). Tabloidization of News. A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism. In: *European Journal of Communication*, 14(3). (S. 291-324). DOI: 10.1177/0267323199014003001
- First, A. (2010). Who's the Enemy? The portrayal of Arabs in Israeli television news. In: *conflict & communication online*, 9(2). Berlin: Irena Regena Verlag. DOI: 10.1177/0016549298060003003
- Frost, I. (2017). Statistische Testverfahren, Signifikanzen und p-Werte. Allgemeine Prinzipien verstehen und Ergebnisse angemessen interpretieren. Wiesbaden: Springer VS. DOI: 10.1007/978-3-658-16258-0
- Fröhlich, R., Scherer, H. & Scheufele, B. (2007). Kriegsberichterstattung in deutschen Qualitätszeitungen. In: *Publizistik* 52 (S. 11 – 37). DOI: 10.1007/s11616-007-0003-4
- Ghodes, A.R. (2018). Studying the internet and violent conflict. In: *Conflict Management and Peace Science* 35(1). (S. 89-106). Sage Publications. DOI: 10.1177/0738894217733878
- Gregory, S. (2015). Ubiquitous witnesses: Who creates the evidence and the live(d) experience of human rights violations? In: *Information, Communication & Society*. New York: Routledge. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1070891
- Hanitzsch, T. (2004). Journalisten zwischen Friedensdienst und Kampfeinsatz. In: Löffelholz, M. (Hrsg.) *Krieg als Medienereignis II: Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert*. (S. 170-193). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. DOI: 10.1007/978-3-322-90833-9
- Heimprecht, C. (2016). Determinanten der Asulandsberichterstattung: Eine Mehrebenenanalyse des internationalen Nachrichtenflusses. Wiesbaden: Springer VS. DOI 10.1007/978-3-658-14820-1
- Hendrickx, J. (2021): The Rise of Social Journalism: An Explorative Case Study of a Youth-oriented Instagram News Account. *Journalism Practice*, DOI: 10.1080/17512786.2021.2012500
- Hendrickx, J. & Vászques-Herrero, J. (2024). Dissecting Social Media Journalism: A Comparative Study across Platforms, Outlets and Countries. In: *Journalism Studies*, vol. 25. (S. 1053-1075). Routledge, Taylor & Francis Group. DOI: 10.1080/1461670X.2024.2324318
- IVW (2024). ePaper-Statistik: 2. Quartal 2024. https://www.ivw.de/sites/default/files/epaper_20242.pdf Stand:13.08.2024

Johannes-Gutenberg-Universität (2023). Langzeitstudie Medienvertrauen. <https://medienvertrauen.uni-mainz.de/forschungsergebnisse-der-welle-2023/> Stand: 05.08.2024.

Johannsen, M. (2023). *Der Nahost-Konflikt: Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer VS, 5. Auflage. DOI: 10.1007/978-3-658-41862-5

Jungblut, M. (2020). *Strategic Communication and its Role in Conflict News*. Wiesbaden: Springer VS. DOI: 10.1007/978-3-658-29122-8_9

Jungblut, M. (2022). Kriegs und Konfliktberichterstattung im digitalen Zeitalter. In: Borucki, I. (Hrsg.). *Handbuch politische Kommunikation*. (S. 313-326). Wiesbaden: Springer Fachmedien. DOI: 10.1007/978-3-658-26233-4_23

Klein, L. (2012). Die „Vietnam-Generation“ der Kriegsberichtersteller: Ein amerikanischer Mythos zwischen Vietnam und Irak. Göttingen: Wallstein Verlag.

Lang, K. & Lang, G.E. (1966). The Mass Media and Voting. In: Berelson, B. & Janowitz, M. et al. (Hrsg.). *Reader in Public Opinion and Communication*. (S. 455-472). New York: Free Press.

Leidenberger, J. (2015). *Boulevardisierung von Fernsehnachrichten: Eine Inhaltsanalyse deutscher und französischer Hauptnachrichtensendungen*. Wiesbaden: Springer VS. DOI: 10.1007/978-3-658-08094-5

Luhmann, N. (2017). *Die Realität der Massenmedien*. Wiesbaden: Springer VS, 5. Auflager. DOI: 10.1007/978-3-658-17738-6

Löffelholz, M. (1993). *Krieg als Medienereignis: Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation*. Opladen: Westdeutscher Verlag. DOI: 10.1007/978-3-322-99646-6.

Löffelholz, M. (2004). *Krieg als Medienereignis II: Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. DOI: 10.1007/978-3-322-90833-9

Marcinkowski, F. & Greger, V. (2000). Die Personalisierung politischer Kommunikation im Fernsehen. In: Kamps, K. (Hrsg.). *Trans-Antlantik – Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation*. (S. 179-198). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. DOI: 10.1007/978-3-322-91627-3

Maurer, M. (2016). *Nonverbale politische Kommunikation*. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-11661-3>

Maurer, M., Haßler, J. & Jost, P. (2023). Die Qualität der Medienberichterstattung über den Ukraine-Krieg: Ein Forschungsbericht für die Otto Brenner Stiftung. Otto Brenner Stiftung.

McCombs, M.E. & Shaw, L.E. (1972). The public opinion quarterly. Oxford: Oxford University Press, vol. 36, Nr. 2.

Meier, K. (2018). Journalistik. Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft, 4. Auflage.

Mpfs (2023). JIM-Studie 2023.
https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2023_web_final_kor.pdf
Stand:23.07.2023.

Muckenhaupt, M. (1998). Boulevardisierung in der TV-Nachrichtenberichterstattung. In: Holly, W., Biere, B.U. (Hrsg.). *Medien im Wandel*. (S. 113-124). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. DOI: 10.1007/978-3-322-99189-8_7

NDR (2023). 1946 beginnt die neue „Zeit“. <https://www.ndr.de/geschichte/chronologie/Die-Zeit-Die-Geschichte-einer-Wochenzeitung,zeit274.html> Stand: 13.08.2024

Neuberger, C., Langenohl, S. & Nuernbergk, C. (2014). Redaktionsbefragung. In: Neuberger, C., Langenohl, S. & Nuernbergk, C. (Hrsg.). *Social Media und Journalismus*. (S. 34–91). Düsseldorf: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen.

Neuberger, C. (2019). Journalismus und Komplexität. In: Dernbach, B., Godulla, A. & Sehl A. *Komplexität im Journalismus*. (S. 81-102). Wiesbaden: Springer Fachmedien. DOI: 10.1007/978-3-658-22860-6

Neuberger, C. (2022). Soziale Medien und Journalismus. In: Schmidt, J.H. & Taddicken, M. (Hrsg.). *Handbuch Soziale Medien*. (S. 19-34). Wiesbaden: Springer VS, 2. Auflage. DOI: 10.1007/978-3-658-25995-2

Planer, R., Godulla, A., Wolf, C., Bürzle, L., Grobb, J., Henke, A., Ötting, H.L. & Reitler, M. (2022). Storys Told, Storys Linked: Die Instagram-Nutzung deutscher, britischer und US-amerikanischer Medienunternehmen. In: Schützender, J. & Graßl, M. (Hrsg.). *Journalismus und Instagram*. (S. 163-186). Wiesbaden: Springer Fachmedien. DOI: 10.1007/978-3-658-34603-4

Presserat (2024a). Wir treten für Pressefreiheit ein.
<https://www.presserat.de/beschwerde.html> Stand: 14.08.2024

Presserat (2024b). Übersicht der Rügen. <https://www.presserat.de/ruegen-presseuebersicht.html> Stand: 15.08.2024

- Preußner, H.-P. (2005). *Krieg in den Medien*. Amsterdam-New York: Rodopi B.V.
- Reuters Institut (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023: Ergebnisse für Deutschland. https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/86851/ssoar-2023-behre_et_al-Reuters_Institute_Digital_News_Report.pdf?sequence=4&isAllowed=y&lnkname=ssoar-2023-behre_et_al-Reuters_Institute_Digital_News_Report.pdf Stand: 09.08.2024
- Richter, C. (2014). Der Nahostkonflikt und die Medien. In: *Global Media Journal* 4(1). German Edition. https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00029854/GMJ7_Richter_final.pdf Stand: 04.09.2024
- RTL (2024). Über RTL Group. <https://companyrtl.com/export/sites/rtlunited/de/about-rtl/overview/our-history/> Stand: 09.08.2024
- RTL aktuell (2024). RTL aktuell – Informationen zur Nachrichtensendung. <https://plus.rtl.de/video-tv/shows/rtl-aktuell-177221> Stand: 09.08.2024
- RTL aktuell, @rtlaktuell (2024). Instagram Account von RTL aktuell. <https://www.instagram.com/rtlaktuell/> Stand: 24.07.2024
- Rössler, P. (2017). *Inhaltsanalyse*. Konstanz: UVK/Lucius, 3. Auflage, UTB-Band 2671.
- Rühl, M. (1979). *Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System*. Freiburg, Universitäts-Verlag, 2. Auflage.
- Rühl, M. (1980). *Journalismus und Gesellschaft: Bestandsaufnahme und Theorieentwurf*. Mainz: v. Hase und Koehler.
- Schützender, J. & Graßl, M. (2022): *Journalismus und Instagram*. Wiesbaden: Springer Fachmedien. DOI: 10.1007/978-3-658-34603-4
- Seibert, T. (2024). Das ist in einem Jahr Krieg im Nahen Osten passiert. In: *Augsburger Allgemeine*. <https://www.augsburger-allgemeine.de/politik/ein-jahr-krieg-in-nahost-zwischen-israel-und-hamas-chronologie-zeitstrahl-103096180> Stand: 10.10.2024
- Steiger, J. (2004). Selbstorganisation, Nicht-Linearität, Visibilität: Eine konstruktivistisch-sozialsystemische Perspektive auf Kriegsberichterstattung. In: Löffelholz, M. (Hrsg.). *Krieg als Medienereignis II: Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert*. (S. 145-168). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. DOI: 10.1007/978-3-322-90833-9

Stein, P. (2022). Forschungsdesigns für die quantitative Sozialforschung. In: Baur, N., Blasius, J. (Hrsg.) *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. (S. 143-162). Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-37985-8_8

SWR (2022). 70 Jahre Bildzeitung – Zwischen Boulevard und Hetze. <https://www.swr.de/swrkultur/wissen/70-jahre-bild-zeitung-zwischen-boulevard-und-hetze-swr2-wissen-2022-06-24-100.html> Stand: 15.08.2024.

Süddeutsche Zeitung (2021). Chronologie eines schier endlosen Konflikts. <https://www.sueddeutsche.de/politik/nahostkonflikt-israel-palaestina-chronologie-1.4777106> Stand: 21.07.2024

Taddicken, M. & Schmidt, J.H. (2022). Entwicklung und Verbreitung Sozialer Medien. In: Schmidt, J.H. & Taddicken, M. (Hrsg.). *Handbuch Soziale Medien*. (S. 3-18). Wiesbaden: Springer VS, 2. Auflage. DOI: 10.1007/978-3-658-25995-2

Tagesschau (2023a). Krieg in sozialen Netzwerken. <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/israel-hamas-social-media-100.html> Stand: 23.07.2024.

Tagesschau (2023b). Antworten rund um ARD-aktuell. <https://www.tagesschau.de/ueber-uns> Stand: 07.08.2024.

Tagesschau (2024). Liveblog: Krieg in Nahost. <https://www.tagesschau.de/newsticker/liveblog-nahost-dienstag-154.html> Stand: 20.07.2024

Tagesschau, @tagesschau (2023). Instagram-Account der Tagesschau. <https://www.instagram.com/Tagesschau/> Stand: 24.07.2024

Tagesspiegel (2024). Nahostkonflikt: Mehrere Festnahmen bei Propalästinensischer Demo. <https://www.tagesspiegel.de/berlin/nahost-konflikt-mehrere-festnahmen-bei-propalastinensischer-demo-12061079.html> Stand: 23.07.2024.

Tannenberger, M. (2023). Hintergrund Nahostkonflikt. Wer oder was ist die Hamas? In: *MDR aktuell*. <https://www.mdr.de/nachrichten/welt/politik/hamas-gaza-israel--erklaerung-entstehung-100.html> Stand: 01.10.2024

Tausendpfund, M. (2022). Quantitative Datenanalyse. Eine Einführung mit SPSS. Wiesbaden: Springer VS, 2. Auflage. DOI: 10.1007/978-3-658-37282-8

Thiel, K. (2023). Medienpädagogische Potenziale und Herausforderungen verschiedener Repräsentationen des Ukraine Krieges auf TikTok. In: Bröckling, G, Fries, R. & Narr, K.

(Hrsg.). *Mit Medienbildung die Welt retten?! Medienpädagogik in einer Kultur der Digitalität*. München: kopaed.

Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. In: *Media and Communication* 1(1). (S. 2-14). Lissabon: Cogitatio Press. DOI: 10.12924/mac2013.01010002

Vászques-Herrero, J., Direito-Rebollal, S. & López-García, X. (2019). Ephemeral Journalism: News Distribution through Instagram Stories. In: *Social Media + Society*. DOI: 10.1177/2056305119888657

WDR (2023). Glaubwürdigkeit der Medien 2023. https://presse.wdr.de/ploungewdr/programm/2023/12/_pdf/Glaubwuerdigkeit_der_Medien_2023.pdf Stand: 05.08.2023

Wagener, S. (2023). Die Hintergründe des Nahostkonflikts – eine Chronologie. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. <https://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/israel-und-palaestina-geschichte-des-nahostkonflikts-und-hintergruende-zum-krieg-19256496.html> Stand: 01.10.2024

Wegener, C. (2000). Wenn die Information zur Unterhaltung wird oder die Annäherung des „factual television“ an das „fictional television“. In: Paus-Haase, I., Schnatmeyer, D. & Wegener, C. (Hrsg.). *Information, Emotion, Sensation. Wenn im Fernsehen Grenzen zerfließen*. (S. 46-62). Bielefeld: GMK.

Wegener, C. (2001). Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung. Eine Langzeitanalyse politischer Fernsehmagazine. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. DOI: 10.007/978-3-663-10351-6

Wilke, J. (2005). Krieg als Medienereignis. Zur Geschichte seiner Vermittlung in der Neuzeit. In: Preußner, H.-P. (Hrsg.). *Krieg in den Medien*. (S.83-104). Amsterdam-New York: Rodopi B.V.

Wilke, J. (2016). Instrumentalisierung der Medien im Krieg. Ein historischer Streifzug. In: Behmer, M. & Schröder, M. (Hrsg.). *Konfliktzonen. Reflexionen über die Kriegs- und Krisenberichterstattung*. (S. 23 – 42). Münster: LIT Verlag.

Wolff, M. A. (2018). *Kriegsberichterstattung und Konfliktsensitivität*. Wiesbaden: Springer VS. DOI: 10.1007/978-3-658-22089-1

Wolfsfeld, G. & Tsifroni, L. (2018). Political leaders. Media and violent conflict in the digital age. In: Fröhlich, R. (Hrsg.). *Media in war and armed conflict. The dynamics of conflict news production and dissemination*. (S. 218-242). New York: Routledge.

ZDF (2023). Israel und Palästinenser. Wie der Nahostkonflikt entstanden ist. <https://www.zdf.de/nachrichten/politik/ausland/nahost-geschichte-israel-palaestina-gaza-westjordanland-karten-100.html> Stand: 10.10.2024

ZDF-Werbefernsehen (2023). Die ARD/ZDF-Onlinestudie. <https://www.zdf-werbefernsehen.de/forschung/studien/ard-zdf-onlinestudie>. Stand: 24.07.2024

ZDF (2024). Gewaltspirale Nahost: Radikalisierte Proteste. <https://www.zdf.de/politik/frontal/gewaltspirale-nahost-radikalisierte-proteste-jahrestag-amas-angriff-israel-deutschland-100.html> Stand: 10.10.2024

ZEIT, @zeit (2023). Instagram-Account der Zeit. <https://www.instagram.com/zeit/> Stand: 24.07.2024

ZEIT online (2023). Der Krieg begann um 6.30 Uhr. <https://www.zeit.de/politik/ausland/2023-10/nahostkonflikt-israel-gazastreifen-amas-karte> Stand: 21.07.2024

ZEIT Verlagsgruppe (2024). Wir gestalten die Medienwelt von Morgen. <https://www.zeit-verlagsgruppe.de/zeit-verlagsgruppe/ueber-uns/#carouselChronik> Stand: 13.08.2024

ZMG (2023). Zeitungsqualitäten 2023. <https://zmg.de/studien/studien-display/zeitungsqualitaeten-2023> Stand: 13.08.2024

Anhang

Codebuch

Formale Variablen (Beitragstyp)

Beschreibung	Variablenname	Wertelabel
Instagram-Account	f_account	1= Tagesschau 2= RTL aktuell 3= Zeit 4= Bild
Beitragsnummer	f_nummer	1-20
Datum	f_datum	
Beitragsart	f_art	1= nur Bilder 2= nur Videos 3= Bilder und Videos
Anzahl der Bilder und Videos	f_anzahl	1= einzelnes Bild/ Video 2= mehrere Bilder/ Videos (Karussell)
Bildunterschrift	f_caption	0= keine Bildunterschrift 1= kurze Bildunterschrift (höchstens 125 Zeichen) 2= längere Bildunterschrift (mehr als 125 Zeichen)
Beziehung zu anderen Beiträgen	f_beziehung	1= alleinstehend 2= Teil einer Beitragsreihe

Inhaltliche Variablen

Beschreibung	Variablenname	Wertelabel
Art des Inhalts	i_art	1= vorwiegend textlich 2= vorwiegend visuell 3= ausgewogen
Kriegsbezug	i_bezug	1= Krieg als Hauptthema 2= Krieg als eins von mehreren Hauptthemen 3= Krieg als Nebenaspekt

Länderperspektive	i_länder	1= Israel 2= Palästina 3= Deutschland 4= Andere/ Mehrere
Beitragsinhalt	i_inhalt	1= aktuelles Kriegsgeschehen 2= Maßnahmen zur Lösung des Konflikts 3= Hintergrund des Konflikts 4= Auswirkungen auf die Zivilbevölkerung 5= Auswirkungen auf andere Länder
Textinhalt	i_text	0= kein Text 1= nur Überschrift 2= Überschrift und weitere Informationen
Bildinhalt	i_bild	0= kein visueller Inhalt 1= Akteure 2= Militär und Soldaten 3= Kriegsschauplätze und Zerstörung 4= Zivilbevölkerung 5= Auswirkungen in anderen Ländern
Bezug auf Konflikthintergrund in der Bildunterschrift	i_kontext	0= kein Bezug 1= grober Bezug 2= angemessener Bezug
Sachlichkeit der visuellen Inhalte	i_sache_bild	1= sachlich/ informativ 2= eher sachlich/ informativ 3= ausgewogen 4= eher emotional 5= emotional

Sachlichkeit des textlichen Inhalts	i_sache_text	1= sachlich/ informativ 2= eher sachlich/ informativ 3= ausgewogen 4= eher emotional 5= emotional
Verweis auf externe Inhalte	i_verweis	0= kein Verweis 1= Verweis auf einen Artikel 2= Verweis auf andere Inhalte
Rolle Israels	i_israel	1= Opfer 2= eher Opfer 3= neutral 4= eher Täter 5= Täter -99= keine Erwähnung
Rolle Palästina oder von palästinensischen Gruppen	i_hamas	1= Opfer 2= eher Opfer 3= neutral 4= eher Täter 5= Täter -99= keine Erwähnung
Schuldzuweisung	i_schuld	1= Hamas 2= Israel 3= Andere -99= keine Erwähnung

Akteure

Beschreibung	Variablenname	Wertelabel
Name	a_name	
Nationalität	a_nation	1= Israel 2= Palästina 3= Deutschland

		4= Andere
Akteurs-Information	a_info	1= Politiker 2= Wirtschaft 3= Experte 4= Militär 5= Zivilbevölkerung 6= Reporter 7= Andere
Beteiligung am Krieg	a_beteiligt	0= nein 1= ja
Darstellung	a_art	1= Interview 2=Zitat 3= Nennung 4= Sprecher 5= Andere
Abbildung (visuell)	a_bild	0= kein Bild des Akteurs 1= Bild des Akteurs
Bewertung	a_wertung	1= negativ 2= eher negativ 3= neutral 4= eher positiv 5= positiv

Häufigkeiten, Kreuztabellen und Signifikanzen

Häufigkeiten *Menge der Beiträge*

Statistiken

	Datum
N Gültig	100
Fehlende Werte	0
Mittelwert	1,4E+010
Std Abw	419761,2
Minimum	07-OCT-2023
Maximum	28-OCT-2023

Hochladedatum

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig 07-OCT-2023	9	9,0%	9,0%	9,0%
08-OCT-2023	5	5,0%	5,0%	14,0%
09-OCT-2023	13	13,0%	13,0%	27,0%
10-OCT-2023	14	14,0%	14,0%	41,0%
11-OCT-2023	18	18,0%	18,0%	59,0%
12-OCT-2023	10	10,0%	10,0%	69,0%
13-OCT-2023	10	10,0%	10,0%	79,0%
15-OCT-2023	1	1,0%	1,0%	80,0%
17-OCT-2023	1	1,0%	1,0%	81,0%
18-OCT-2023	4	4,0%	4,0%	85,0%
19-OCT-2023	3	3,0%	3,0%	88,0%
20-OCT-2023	2	2,0%	2,0%	90,0%
21-OCT-2023	3	3,0%	3,0%	93,0%
22-OCT-2023	1	1,0%	1,0%	94,0%
23-OCT-2023	1	1,0%	1,0%	95,0%
24-OCT-2023	1	1,0%	1,0%	96,0%
25-OCT-2023	2	2,0%	2,0%	98,0%
26-OCT-2023	1	1,0%	1,0%	99,0%
28-OCT-2023	1	1,0%	1,0%	100,0%
Gesamt	100	100,0%		

Häufigkeiten *Kriegsbezug*

Statistiken

	Kriegsbezug
N Gültig	100
Fehlende Werte	0
Mittelwert	1,11
Std Abw	,40
Minimum	Krieg als Hauptthema
Maximum	Krieg als Nebenaspekt

Kriegsbezug

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Krieg als Hauptthema	92	92,0%	92,0%	92,0%
Krieg als eins von mehreren Hauptthemen	5	5,0%	5,0%	97,0%
Krieg als Nebenaspekt	3	3,0%	3,0%	100,0%
Gesamt	100	100,0%		

Häufigkeit *Art der Darstellung*

Statistiken

	Art der Darstellung
N Gültig	100
Fehlende Werte	0
Mittelwert	1,35
Std Abw	,52
Minimum	nur Bilder
Maximum	Bilder und Videos

Art der Darstellung

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig nur Bilder	67	67,0%	67,0%	67,0%
nur Videos	31	31,0%	31,0%	98,0%
Bilder und Videos	2	2,0%	2,0%	100,0%
Gesamt	100	100,0%		

Häufigkeit *Inhalt der Beiträge*

Statistiken

	Inhalt des Beitrags
N Gültig	100
Fehlende Werte	0
Mittelwert	3,25
Std Abw	1,69
Minimum	aktuelles Kriegsgeschehen
Maximum	Auswirkungen auf andere Länder

Inhalt des Beitrags

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig aktuelles Kriegsgeschehen	33	33,0%	33,0%	33,0%
Maßnahmen zur Lösung	1	1,0%	1,0%	34,0%
Hintergrund des Konflikts	6	6,0%	6,0%	40,0%
Auswirkungen auf Zivilbevölkerung	28	28,0%	28,0%	68,0%
Auswirkungen auf andere Länder	32	32,0%	32,0%	100,0%
Gesamt	100	100,0%		

Häufigkeit *Konflikthintergrund in der Bildbeschreibung*

Statistiken

		Bezug auf Konflikthintergrund in der Bildunterschrift
N	Gültig	100
	Fehlende Werte	0
Mittelwert		,66
Std Abw		,61
Minimum		kein Bezug
Maximum		angemessener Bezug

Bezug auf Konflikthintergrund in der Bildunterschrift

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	kein Bezug	41	41,0%	41,0%	41,0%
	grober Bezug	52	52,0%	52,0%	93,0%
	angemessener Bezug	7	7,0%	7,0%	100,0%
Gesamt		100	100,0%		

Häufigkeit *Art der Inhalte*

Statistiken

		Art des Inhalts
N	Gültig	100
	Fehlende Werte	0
Mittelwert		2,08
Std Abw		,97
Minimum		vorwiegend textlich
Maximum		ausgewogen

Art des Inhalts

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	vorwiegend textlich	43	43,0%	43,0%	43,0%
	vorwiegend visuell	6	6,0%	6,0%	49,0%
	ausgewogen	51	51,0%	51,0%	100,0%
Gesamt		100	100,0%		

Häufigkeit *Akteursinformation*

Statistiken

		Akteursinformation
N	Gültig	42
	Fehlende Werte	58
Mittelwert		3,69
Std Abw		2,08
Minimum		Politiker
Maximum		Andere

Akteursinformation

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Politiker	14	14,0%	33,3%	33,3%
	Experte	2	2,0%	4,8%	38,1%
	Militär	5	5,0%	11,9%	50,0%
	Zivilbevölkerung	12	12,0%	28,6%	78,6%
	Reporter	8	8,0%	19,0%	97,6%
	Andere	1	1,0%	2,4%	100,0%
Fehlende Werte	-99	58	58,0%		
Gesamt		100	100,0%		

Häufigkeit *Darstellung der Akteure*

Statistiken

		Art der Darstellung
N	Gültig	42
	Fehlende Werte	58
Mittelwert		2,60
Std Abw		1,01
Minimum		Interview
Maximum		Sprecher

Art der Darstellung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Interview	5	5,0%	11,9%	11,9%
	Zitat	18	18,0%	42,9%	54,8%
	Nennung	8	8,0%	19,0%	73,8%
	Sprecher	11	11,0%	26,2%	100,0%
Fehlende Werte	-99	58	58,0%		
Gesamt		100	100,0%		

Häufigkeit *Nationalität der Akteure*

Statistiken

		Nationalität des Akteurs
N	Gültig	42
	Fehlende Werte	58
Mittelwert		2,24
Std Abw		1,08
Minimum		Israel
Maximum		Andere

Nationalität des Akteurs

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Israel	17	17,0%	40,5%	40,5%
	Palästina	1	1,0%	2,4%	42,9%
	Deutschland	21	21,0%	50,0%	92,9%
	Andere	3	3,0%	7,1%	100,0%
Fehlende Werte -99		58	58,0%		
Gesamt		100	100,0%		

Häufigkeit *Bewertung Israel*

Statistiken

		Rolle Israel
N	Gültig	99
	Fehlende Werte	1
Mittelwert		1,77
Std Abw		,98
Minimum		Opfer
Maximum		Täter

Rolle Israel

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Opfer	51	51,0%	51,5%	51,5%
	eher Opfer	29	29,0%	29,3%	80,8%
	neutral	11	11,0%	11,1%	91,9%
	eher Täter	7	7,0%	7,1%	99,0%
	Täter	1	1,0%	1,0%	100,0%
Fehlende Werte -99		1	1,0%		
Gesamt		100	100,0%		

Häufigkeit *Bewertung Palästina*

Statistiken

		Rolle Palästina/ palästinensischer Gruppen
N	Gültig	91
	Fehlende Werte	9
Mittelwert		4,33
Std Abw		,93
Minimum		Opfer
Maximum		Täter

Rolle Palästina/ palästinensischer Gruppen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Opfer	1	1,0%	1,1%	1,1%
	eher Opfer	5	5,0%	5,5%	6,6%
	ausgewogen	8	8,0%	8,8%	15,4%
	eher Täter	26	26,0%	28,6%	44,0%
	Täter	51	51,0%	56,0%	100,0%
Fehlende Werte -99		9	9,0%		
Gesamt		100	100,0%		

Häufigkeit *Länderperspektive*

Statistiken

		Länderperspektive
N	Gültig	100
	Fehlende Werte	0
Mittelwert		2,03
Std Abw		1,08
Minimum		Israel
Maximum		Andere

Länderperspektive

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Israel	48	48,0%	48,0%	48,0%
	Palästina	9	9,0%	9,0%	57,0%
	Deutschland	35	35,0%	35,0%	92,0%
	Andere	8	8,0%	8,0%	100,0%
Gesamt		100	100,0%		

Häufigkeit *Schulduzuweisung*

Statistiken

Schulduzuweisung für den Kriegsbeginn	
N Gültig	89
Fehlende Werte	11
Mittelwert	1,00
Std Abw	,00
Minimum	Hamas
Maximum	Hamas

Schulduzuweisung für den Kriegsbeginn

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Hamas	89	89,0%	100,0%	100,0%
Fehlende Werte	-99	11	11,0%		
Gesamt		100	100,0%		

Kreuztabelle *Instagram-Account x Verweise*

Zusammenfassung

	Fälle					
	Gültig		Fehlende Werte		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Instagram-Account x Verweis auf Externe Inhalte	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Instagram-Account x Verweis auf Externe Inhalte

			Verweis auf Externe Inhalte			Gesamt
			kein Verweis	Verweis auf einen Artikel	Verweis auf andere Inhalte	
Instagram-Account	Tagesschau	Beobachtete Häufigkeit	21	0	4	25
		Zeile %	84,0%	,0%	16,0%	100,0%
		Spalte %	30,4%	,0%	23,5%	25,0%
		Gesamt %	21,0%	,0%	4,0%	25,0%
	RTI aktuell	Beobachtete Häufigkeit	17	0	8	25
		Zeile %	68,0%	,0%	32,0%	100,0%
		Spalte %	24,6%	,0%	47,1%	25,0%
		Gesamt %	17,0%	,0%	8,0%	25,0%
	Zeit	Beobachtete Häufigkeit	9	14	2	25
		Zeile %	36,0%	56,0%	8,0%	100,0%
		Spalte %	13,0%	100,0%	11,8%	25,0%
		Gesamt %	9,0%	14,0%	2,0%	25,0%
Bild	Beobachtete Häufigkeit	22	0	3	25	
	Zeile %	88,0%	,0%	12,0%	100,0%	
	Spalte %	31,9%	,0%	17,6%	25,0%	
	Gesamt %	22,0%	,0%	3,0%	25,0%	
Gesamt	Beobachtete Häufigkeit	69	14	17	100	
	Zeile %	69,0%	14,0%	17,0%	100,0%	
	Spalte %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	Gesamt %	69,0%	14,0%	17,0%	100,0%	

Chi-Quadrattest *Instagram-Account x Verweise*

Chi-Quadrat Tests

	Wert	df	Asymptotische Sig. (2-seitig)
Pearson Chi-Quadrat	52,95	6	,000
Likelihood-Quotient	50,10	6	,000
Zusammenhangstest linear-mit-linear	,05	1	,817
N der gültigen Fälle	100		

Kreuztabelle *Instagram-Account x Sachlichkeit der Bilder*

Zusammenfassung

	Fälle					
	Gültig		Fehlende Werte		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Instagram-Account x Sachlichkeit der Bildinhalte	94	94,0%	6	6,0%	100	100,0%

Instagram-Account x Sachlichkeit der Bildinhalte

			Sachlichkeit der Bildinhalte					Gesamt
			sachlich/ informativ	eher sachlich/ informativ	ausgewogen	eher emotional	emotional	
Instagram-Account	Tagesschau	Beobachtete Häufigkeit	9	8	1	3	1	22
		Zeile %	40,9%	36,4%	4,5%	13,6%	4,5%	100,0%
		Spalte %	40,9%	20,0%	25,0%	15,0%	12,5%	23,4%
		Gesamt %	9,6%	8,5%	1,1%	3,2%	1,1%	23,4%
RTI aktuell		Beobachtete Häufigkeit	7	11	1	6	0	25
		Zeile %	28,0%	44,0%	4,0%	24,0%	,0%	100,0%
		Spalte %	31,8%	27,5%	25,0%	30,0%	,0%	26,6%
		Gesamt %	7,4%	11,7%	1,1%	6,4%	,0%	26,6%
Zeit		Beobachtete Häufigkeit	4	7	0	8	3	22
		Zeile %	18,2%	31,8%	,0%	36,4%	13,6%	100,0%
		Spalte %	18,2%	17,5%	,0%	40,0%	37,5%	23,4%
		Gesamt %	4,3%	7,4%	,0%	8,5%	3,2%	23,4%
Bild		Beobachtete Häufigkeit	2	14	2	3	4	25
		Zeile %	8,0%	56,0%	8,0%	12,0%	16,0%	100,0%
		Spalte %	9,1%	35,0%	50,0%	15,0%	50,0%	26,6%
		Gesamt %	2,1%	14,9%	2,1%	3,2%	4,3%	26,6%
Gesamt		Beobachtete Häufigkeit	22	40	4	20	8	94
		Zeile %	23,4%	42,6%	4,3%	21,3%	8,5%	100,0%
		Spalte %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		Gesamt %	23,4%	42,6%	4,3%	21,3%	8,5%	100,0%

Chi-Quadrattest *Instagram-Account x Sachlichkeit der Bilder*

Chi-Quadrat Tests

	Wert	df	Asymptotische Sig. (2-seitig)
Pearson Chi-Quadrat	18,45	12	,103
Likelihood-Quotient	21,16	12	,048
Zusammenhangstest linear-mit-linear	5,07	1	,024
N der gültigen Fälle	94		

Kreuztabelle *Instagram-Account x Sachlichkeit der Texte*

Zusammenfassung

	Fälle					
	Gültig		Fehlende Werte		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Instagram-Account x Sachlichkeit der Textinhalte	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Instagram-Account × Sachlichkeit der Textinhalte

			Sachlichkeit der Textinhalte					Gesamt
			sachlich/ informativ	eher sachlich/ informativ	ausgewogen	eher emotional	emotional	
Instagram-Account	Tagesschau	Beobachtete Häufigkeit	16	7	0	1	1	25
		Zelle %	64,0%	28,0%	,0%	4,0%	4,0%	100,0%
		Spalte %	57,1%	30,4%	,0%	4,3%	4,0%	25,0%
		Gesamt %	16,0%	7,0%	,0%	1,0%	1,0%	25,0%
	RTI aktuell	Beobachtete Häufigkeit	7	8	0	5	5	25
		Zelle %	28,0%	32,0%	,0%	20,0%	20,0%	100,0%
		Spalte %	25,0%	34,8%	,0%	21,7%	20,0%	25,0%
		Gesamt %	7,0%	8,0%	,0%	5,0%	5,0%	25,0%
	Zeit	Beobachtete Häufigkeit	4	5	1	8	7	25
		Zelle %	16,0%	20,0%	4,0%	32,0%	28,0%	100,0%
		Spalte %	14,3%	21,7%	100,0%	34,8%	28,0%	25,0%
		Gesamt %	4,0%	5,0%	1,0%	8,0%	7,0%	25,0%
Bild	Beobachtete Häufigkeit	1	3	0	9	12	25	
	Zelle %	4,0%	12,0%	,0%	36,0%	48,0%	100,0%	
	Spalte %	3,6%	13,0%	,0%	39,1%	48,0%	25,0%	
	Gesamt %	1,0%	3,0%	,0%	9,0%	12,0%	25,0%	
Gesamt	Beobachtete Häufigkeit	28	23	1	23	25	100	
	Zelle %	28,0%	23,0%	1,0%	23,0%	25,0%	100,0%	
	Spalte %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	Gesamt %	28,0%	23,0%	1,0%	23,0%	25,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Test *Instagram-Account x Sachlichkeit der Texte*

Chi-Quadrat Tests

	Wert	df	Asymptotische Sig. (2-seitig)
Pearson Chi-Quadrat	40,34	12	,000
Likelihood-Quotient	43,39	12	,000
Zusammenhangstest linear-mit-linear	33,25	1	,000
N der gültigen Fälle	100		

Kreuztabelle *Instagram-Account x Rolle Israel*

Zusammenfassung

	Fälle					
	Gültig		Fehlende Werte		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Instagram-Account × Rolle Israel	99	99,0%	1	1,0%	100	100,0%

Instagram-Account × Rolle Israel

			Rolle Israel					Gesamt
			Opfer	eher Opfer	neutral	eher Täter	Täter	
Instagram-Account	Tagesschau	Beobachtete Häufigkeit	7	14	2	2	0	25
		Zeile %	28,0%	56,0%	8,0%	8,0%	,0%	100,0%
		Spalte %	13,7%	48,3%	18,2%	28,6%	,0%	25,3%
		Gesamt %	7,1%	14,1%	2,0%	2,0%	,0%	25,3%
	RTI aktuell	Beobachtete Häufigkeit	16	6	2	1	0	25
		Zeile %	64,0%	24,0%	8,0%	4,0%	,0%	100,0%
		Spalte %	31,4%	20,7%	18,2%	14,3%	,0%	25,3%
		Gesamt %	16,2%	6,1%	2,0%	1,0%	,0%	25,3%
	Zeit	Beobachtete Häufigkeit	11	7	2	3	1	24
		Zeile %	45,8%	29,2%	8,3%	12,5%	4,2%	100,0%
		Spalte %	21,6%	24,1%	18,2%	42,9%	100,0%	24,2%
		Gesamt %	11,1%	7,1%	2,0%	3,0%	1,0%	24,2%
Bild	Beobachtete Häufigkeit	17	2	5	1	0	25	
	Zeile %	68,0%	8,0%	20,0%	4,0%	,0%	100,0%	
	Spalte %	33,3%	6,9%	45,5%	14,3%	,0%	25,3%	
	Gesamt %	17,2%	2,0%	5,1%	1,0%	,0%	25,3%	
Gesamt	Beobachtete Häufigkeit	51	29	11	7	1	99	
	Zeile %	51,5%	29,3%	11,1%	7,1%	1,0%	100,0%	
	Spalte %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	Gesamt %	51,5%	29,3%	11,1%	7,1%	1,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Test *Instagram-Account x Rolle Israel*

Chi-Quadrat Tests

	Wert	df	Asymptotische Sig. (2-seitig)
Pearson Chi-Quadrat	22,31	12	,034
Likelihood-Quotient	22,34	12	,034
Zusammenhangstest linear-mit-linear	,49	1	,485
N der gültigen Fälle	99		

Kreuztabelle *Instagram-Account x Rolle Palästina*

Zusammenfassung

	Fälle					
	Gültig		Fehlende Werte		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Instagram-Account × Rolle Palästina/ palästinensischer Gruppen	91	91,0%	9	9,0%	100	100,0%

Instagram-Account × Rolle Palästina/ palästinensischer Gruppen

			Rolle Palästina/ palästinensischer Gruppen					Gesamt
			Opfer	eher Opfer	ausgewogen	eher Täter	Täter	
Instagram-Account	Tagesschau	Beobachtete Häufigkeit	0	2	1	14	7	24
		Zeile %	,0%	8,3%	4,2%	58,3%	29,2%	100,0%
		Spalte %	,0%	40,0%	12,5%	53,8%	13,7%	26,4%
		Gesamt %	,0%	2,2%	1,1%	15,4%	7,7%	26,4%
	RTI aktuell	Beobachtete Häufigkeit	0	1	3	3	18	25
		Zeile %	,0%	4,0%	12,0%	12,0%	72,0%	100,0%
		Spalte %	,0%	20,0%	37,5%	11,5%	35,3%	27,5%
		Gesamt %	,0%	1,1%	3,3%	3,3%	19,8%	27,5%
	Zeit	Beobachtete Häufigkeit	1	1	3	7	11	23
		Zeile %	4,3%	4,3%	13,0%	30,4%	47,8%	100,0%
		Spalte %	100,0%	20,0%	37,5%	26,9%	21,6%	25,3%
		Gesamt %	1,1%	1,1%	3,3%	7,7%	12,1%	25,3%
Bild	Beobachtete Häufigkeit	0	1	1	2	15	19	
	Zeile %	,0%	5,3%	5,3%	10,5%	78,9%	100,0%	
	Spalte %	,0%	20,0%	12,5%	7,7%	29,4%	20,9%	
	Gesamt %	,0%	1,1%	1,1%	2,2%	16,5%	20,9%	
Gesamt	Beobachtete Häufigkeit	1	5	8	26	51	91	
	Zeile %	1,1%	5,5%	8,8%	28,6%	56,0%	100,0%	
	Spalte %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	Gesamt %	1,1%	5,5%	8,8%	28,6%	56,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Test *Instagram-Account x Rolle Palästina*

Chi-Quadrat Tests

	Wert	df	Asymptotische Sig. (2-seitig)
Pearson Chi-Quadrat	23,41	12	,024
Likelihood-Quotient	23,28	12	,025
Zusammenhangstest linear-mit-linear	1,75	1	,186
N der gültigen Fälle	91		

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe angefertigt habe, andere als die angegebenen Quellen nicht genutzt und die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe. Dies gilt explizit auch für die Verwendung von text- oder codegenerierenden KI-Werkzeugen als Quelle.

Die Arbeit wurde bisher noch nicht, auch nicht auszugsweise für andere Studien- oder Prüfungsleistungen verwendet. Ich bin damit einverstanden, dass die Arbeit einer elektronischen Plagiatsprüfung unterzogen werden kann.

Salzgitter, den 17.10.2024

Kim Marie Felten