



Klaus Meier | Christoph Neuberger [Hrsg.]

Journalismusforschung

Handbuch für Wissenschaft und Studium

2. Auflage



Nomos

Der Journalismus ist Chronist des Tagesgeschehens und Seismograf der Gesellschaft. Er fokussiert die Aufmerksamkeit und moderiert den öffentlichen Diskurs. Lange Zeit hatte der Journalismus eine unangefochtene Position. Dies hat sich in den letzten Jahren geändert: Digitale Medien, der Wandel der Publikumsbedürfnisse und ein wachsender ökonomischer Druck haben zu einem Umbruch geführt. Gleichzeitig nimmt die Bedeutung der Medien für die Gesellschaft zu. Der Journalismus ist treibende Kraft dieser Medialisierung.

In der Reihe AKTUELL erscheinen Arbeiten, in denen die Neuorientierung des Journalismus wissenschaftlich begleitet wird. Die Reihe ist ein Forum der akademischen Debatte. Sie versammelt Untersuchungen, in denen der Journalismus in all seinen Facetten theoretisch und empirisch analysiert wird. Die Studien liefern außerdem der Praxis Denkanstöße und tragen zur öffentlichen Debatte über seine Rolle in der Mediengesellschaft bei.

Schriftenreihe „Aktuell. Studien zum Journalismus“

herausgegeben von

Prof. Dr. Andrea Czepek

Prof. Dr. Ralf Hohlfeld

Prof. Dr. Frank Lobigs

PD Dr. Wiebke Loosen

Prof. Dr. Klaus Meier

Prof. Dr. Christoph Neuberger

Band 1

Klaus Meier | Christoph Neuberger [Hrsg.]

Journalismusforschung

Handbuch für Wissenschaft und Studium

2., aktualisierte und erweiterte Auflage



Nomos

© Titelbild: istockphoto.com

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-2526-7 (Print)

ISBN 978-3-8452-7142-2 (ePDF)

2., aktualisierte und erweiterte Auflage 2016

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2016. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Inhalt

Einführung: Stand und Perspektiven der Journalismusforschung 7
Klaus Meier/Christoph Neuberger

Politische und ökonomische Voraussetzungen

Pressefreiheit – Hindernisse und Grenzen 23
Andrea Czepek

Journalismus und Medien – organisationstheoretisch betrachtet 47
Klaus-Dieter Altmeppen/Regina Greck/Tanja Evers

Finanzierung des Journalismus – von langsamen und schnellen
Disruptionen 69
Frank Lobigs

Qualität und Verantwortung

Qualität im Journalismus 141
Klaus Arnold

Qualitätsmanagement in Redaktionen 159
Vinzenz Wyss

Verantwortung und Selbstkontrolle im Journalismus 183
Susanne Fengler

Crossmedialer und digitaler Journalismus

Crossmedialität 203
Klaus Meier

Inhalt

Innovative digitale Formate im Journalismus <i>Cornelia Wolf/Alexander Godulla</i>	227
Algorithmen, Big Data und ihre Rolle im Computational Journalism <i>Konstantin Dörr</i>	245
 <i>Der Journalismus und sein Publikum</i>	
Journalistische Beobachtungen des Publikums <i>Ralf Hohlfeld</i>	265
Publikumsbeteiligung im Journalismus <i>Wiebke Loosen</i>	287
 <i>Entwicklungslinien im Journalismus</i>	
Boulevardisierung im Journalismus <i>Margreth Lünenborg</i>	319
Journalismus und Medialisierung der Gesellschaft <i>Christoph Neuberger</i>	339
 <i>Vergleich in Theorie und Empirie</i>	
Theorien des Journalismus im Vergleich <i>Armin Scholl</i>	373
Journalismus im internationalen Vergleich <i>Thomas Hanitzsch</i>	411
Autoren	427

Einführung: Stand und Perspektiven der Journalismusforschung

Klaus Meier/Christoph Neuberger

Analysen zum Journalismus gibt es heute – in Zeiten des Umbruchs und der Unsicherheit – viele. Da heißt es zum Beispiel, der Journalismus müsse sich radikal verändern, wenn er unter den neuen ökonomischen Bedingungen prosperieren, ja überleben wolle: Innovation gilt als Leitkonzept (vgl. Kramp/Weichert 2012). Andere betonen, dass der Kern des Journalismus, die traditionelle „Idee der Zeitung“, verteidigt und gelebt werden müsse – und wenn die Zeitung bedroht sei, dann „sind wir alle bedroht“ (Schirrmacher 2011: 39). Wieder andere meinen, man müsse kein Idealist sein, um dem Journalismus gerade im Internet ein goldenes Zeitalter vorauszusagen: „Nie zuvor konnten Leser auf eine solche Vielzahl nationaler und internationaler Quellen zurückgreifen, um sich ihr eigenes Bild von der Welt zu machen. Nie zuvor wurden Redaktionen in so hoher Geschwindigkeit und Anzahl von ihren Lesern auf neue Aspekte oder auf Fehler hingewiesen. Nie zuvor konnten sich so viele Menschen selbst journalistisch betätigen.“ (Blau 2010, vierter Absatz) Dabei ist aber nicht von der Hand zu weisen, dass immer mehr Journalistinnen und Journalisten „unter prekären Bedingungen“ (Piepenbrink 2012: 2) arbeiten und gezwungen sind, „sich zu verkaufen“ (Lilienthal/Schnedler 2012). Noch weiter reicht die Feststellung: „Das Jahrhundert des Journalismus ist vorbei“ (Weischenberg 2010); die Debatte darüber, „was Publizistik und Journalismus sind und in Zukunft sein werden“ (Jarren 2016, erster Absatz), sei überfällig. Die öffentliche Debatte über den Journalismus, die vor allem von den Journalisten selbst geführt wird, schwankt zwischen Zuversicht, Reformwille und Resignation, wie diese wenigen Zitate exemplarisch verdeutlichen.

Wie sieht er aus – der Journalismus des 21. Jahrhunderts? Ist es vorbei mit ihm, blüht er auf, oder wandelt er sich nur so, wie er sich früher auch immer wieder wandeln musste? Wie beobachtet sich die Gesellschaft heute und morgen? Wie steht es um diesen Schlüsselberuf für die Demokratie? Gewissheiten schwinden, und vieles, was bisher selbstverständlich war, wird infrage gestellt. Gerade der gegenwärtige Wandel lässt deutlich erkennen, dass berufliches Erfahrungs- und Rezeptwissen an Grenzen

Klaus Meier/Christoph Neuberger

stößt. Dem Journalismus fehlt eine Tradition im systematischen Experimentieren und Evaluieren, um sich weiterzuentwickeln. Einerseits liegt dies sicherlich am Zeitdruck, der in Redaktionen herrscht und der feste Routinen erfordert. Andererseits spürte der Journalismus, vor allem bei den Tageszeitungen, über viele Jahrzehnte hinweg keinen starken Innovationsdruck – zumindest ökonomisch bestand keine Notwendigkeit, am Althergebrachten zu rütteln. Das hat sich spätestens seit der Jahrtausendwende gründlich geändert.

Seit ein paar Jahren haben zumindest die großen Medienhäuser Entwicklungsredaktionen und Innovationslabore; Redaktionsstrukturen und -routinen werden zunehmend auf digitale Publikationsformen ausgerichtet; und vor allem hat sich eine Gründerszene im Journalismus entwickelt, in der – häufig sogar ohne Anbindung an traditionelle Medienunternehmen – mit neuen Finanzierungsformen oder digitalen Formaten experimentiert wird. Beispiele für den Wandel und für Innovationen im Journalismus gibt es inzwischen viele – um nur einige zu nennen: Crowdfunding und Stiftungsfinanzierung, neue Berichterstattungsmuster wie Datenjournalismus oder konstruktiver Journalismus, Apps für mobile Anwendungen, Langformen wie Scrollytelling und Multimedialstory oder die Stärkung und der Ausbau des investigativen Journalismus z.B. mit redaktions- und länderübergreifenden Kooperationen. Viele dieser Innovationen greifen wir in dieser zweiten Auflage des Sammelbandes „Journalismusforschung“ auf, der fast schon ein neues Buch gegenüber der ersten Auflage aus dem Jahr 2013 geworden ist: Alle Beiträge wurden gründlich aktualisiert und erweitert; zwei neue Beiträge wurden aufgenommen.

Bei allem empirisch belegbaren Wandel enthält die öffentliche Debatte über den Journalismus deutlich mehr Vermutungen und Visionen als bewährtes Wissen und belastbare Prognosen. Es gehört zum Grundprinzip der wissenschaftlichen Forschung, sich nicht auf Augenblickseindrücke zu verlassen, keine kurzfristigen „Erfolgsrezepte“ zu produzieren oder vorschnelle Antworten zu geben, sondern den wissenschaftlichen Beweis zu suchen. So hat auch die Journalismusforschung als Teilbereich der Kommunikationswissenschaft den Anspruch, Aussagen über den Journalismus auf der Basis von Theorien und empirischer Forschung zu treffen. Die Journalismusforschung ist vielfältiger und komplexer geworden. Vor allem international werden empirische Details en masse publiziert – erkennbar etwa an den englischsprachigen Journals zur Journalismusforschung, von denen es seit gut zehn Jahren immer mehr gibt: Zu „Journalism“ und „Journalism Studies“ kamen „Journalism Practice“, „Digital Journalism“

Einführung: Stand und Perspektiven der Journalismusforschung

oder das „Journal of Applied Journalism & Media Studies“ hinzu, um nur die für die Journalismusforschung wichtigsten Titel zu nennen. In der kommunikationswissenschaftlichen Innovationsforschung gesellten sich zu „new media & society“ zum Beispiel „social media + society“ oder das „Journal of Media Innovations“. Mit diesem Band wollen wir innehalten, thematische Zusammenhänge herstellen und damit einen aktuellen Überblick über Stand und Perspektiven der Journalismusforschung geben. Das Buch richtet sich sowohl an Wissenschaftler/-innen und Studierende als auch an Journalisten/-innen und andere Praktiker, die Einblick in die Forschung gewinnen wollen.

Wie stellt man ein Forschungsfeld vor? Dieses Buch ist nicht – wie Lexika, Hand- und Lehrbücher – nach Begriffen, Theorien und Methoden gegliedert, und sein Aufbau folgt auch keinem streng didaktischen Prinzip. Ausgangspunkt der Aufsätze sind vielmehr (ganz im Sinne des Wissenschaftstheoretikers Karl R. Popper [1994: 15]) *Probleme* – Probleme, die sich einerseits die Wissenschaft selbst stellt: Wie verstehen und erklären Theorien den Journalismus? Wie sind journalistische Phänomene theoretisch einzuordnen? Wie müssen sie empirisch gemessen werden? Und bewähren sich theoretische Annahmen, wenn sie empirisch getestet werden? Dabei will die Journalismusforschung nicht nur beschreiben, sondern auch erklären: Wie beeinflussen unterschiedliche Bedingungen, die man z.B. bei einem Ländervergleich beobachten kann, den Journalismus? Und was bewirken journalistische Angebote?

Andererseits geht es um Probleme, die ihren Ursprung im Journalismus haben. Von dort stammen *normative* Fragen: Welche Erwartungen stellen Gesellschaft und Publikum an den Journalismus? Und ist er in der Lage, diese Erwartungen zu erfüllen? Daran schließen Überlegungen zu Qualität, Medienfreiheit, Organisation, Management, Finanzierung und Selbstregulierung an, wie sie in den ersten beiden Abschnitten dieses Bandes diskutiert werden. Praxisrelevant sind zweifellos auch solche Fragen, die sich auf den gegenwärtigen *Wandel* des Journalismus richten: Digitalisierung, Ökonomisierung, Globalisierung und Medialisierung sind nur einige Stichworte, die andeuten, in welche Richtung der Wandel geht. Das massenmediale Modell der Öffentlichkeit, in dem der Journalismus seit dem 19. Jahrhundert die zentrale Rolle als ‚Gatekeeper‘ hat, neigt sich dem Ende zu. Die Möglichkeiten der Partizipation und Interaktion im Internet haben dafür gesorgt, dass Redaktionen und Medienunternehmen nicht mehr alleine Publikationsentscheidungen treffen, sondern prinzipiell jeder ohne allzu viel Aufwand veröffentlichen kann. Dadurch ändert sich das Verhält-

Klaus Meier/Christoph Neuberger

nis des Journalismus zu seinem Publikum und seinen Quellen, die nicht mehr notwendig auf ihn angewiesen sind – und auch zu den Werbekunden, denen sich ebenfalls Alternativen bieten. Dadurch ist nicht nur sein ökonomisches Fundament ins Wanken geraten, sondern der Journalismus sucht nach einer neuen Identität und gesellschaftlichen Rolle.

Zugleich verschwimmen durch Digitalisierung und Medienkonvergenz die Konturen der einzelnen Medienplattformen. Das Internet vereint die Möglichkeiten bisher existierender Medien und Formate. Dadurch kann es zur Bedrohung für traditionelle Angebote und Geschäftsmodelle werden. Plötzlich wird es fraglich, warum wir zur Verbreitung von Information und Meinungsbildung jede Nacht Papier bedrucken, es mit Lastwagen durch die Gegend fahren, von Austrägern in Briefkästen stecken lassen, es danach im Durchschnitt eine halbe Stunde zum Lesen benutzen, anschließend in die Tonne werfen, es wieder von Lastwagen abholen und erneut zu Druckpapier verarbeiten lassen. Oder warum alle zur gleichen Zeit das gleiche Fernsehprogramm sehen müssen und wir uns die *Tagesschau* nicht einfach um 20.45 Uhr auf das *SmartTV* holen oder uns die Nachrichten gleich über *YouTube* selbst zusammenbauen. Zugleich wollen sich immer mehr Menschen mit Nachrichten-Apps und Messengern auf Smartphone, Tablet oder Smartwatch zwischendurch und rund um die Uhr informieren, was in der Welt passiert. Redaktionen müssen mit den fragmentierten Nutzungsgewohnheiten und der Konvergenz medialer Plattformen zurechtkommen, müssen Qualität neu definieren und sichern – es ist der dauernde Versuch, sich beim Publikum unverzichtbar zu machen und dafür immer mehr und neue Wege zu nutzen. Dabei wandelt sich der Journalismus auch selbst: Dass professionelle Strukturen dafür unbedingt notwendig sind, wird durch den ‚Bürgerjournalismus‘ infrage gestellt. Überdies werden redaktionelle Prozesse automatisiert, die bisher menschliches Handeln erfordert haben.

Nicht nur der Journalismus ist dabei, sich grundlegend neu zu orientieren. Dies gilt nicht weniger für die Forschung, die sich ihm widmet. Auch die Journalismusforschung muss – wie andere Felder der Kommunikationswissenschaft – ihre Beobachtungs- und Deutungsinstrumente justieren. Sie hat ihre Begriffe, Theorien, Methoden und empirischen Befunde im 20. Jahrhundert in der Auseinandersetzung mit den traditionellen Massenmedien Presse und Rundfunk entwickelt. Die einseitige Massenkommunikation von wenigen Anbietern zu einem dispersen, passiven Publikum hat dazu geführt, dass die Journalismusforschung lange Zeit ein recht isoliertes Gebiet innerhalb der Kommunikationswissenschaft war: Auf der einen

Einführung: Stand und Perspektiven der Journalismusforschung

Seite die Kommunikatoren, auf der anderen die Rezipienten, hier die Redaktionen, dort das Publikum – diese Unterscheidung kennzeichnete nicht nur bis vor wenigen Jahren die Massenmedien, sondern auch die Forschungsbereiche der Kommunikationswissenschaft: Kommunikator- und Rezipientenforschung trennte dabei nicht alleine der Gegenstand, sondern auch eine theoretische Kluft (zur Überwindung vgl. Loosen/Dohle 2014). Diese und andere traditionelle Grenzen innerhalb des Faches werden infrage gestellt (vgl. Carlson/Lewis 2015): Auch die Unterscheidung von Massen-, Gruppen- und Individualkommunikation oder die Abgrenzung verschiedener Einzelmedien machen nur noch beschränkt Sinn. Das heißt nun nicht, dass alles in einen Topf geworfen werden sollte, aber Medienkonvergenz, die Erweiterung der Partizipation an öffentlicher Kommunikation, Globalisierung und noch einige weitere Ursachen machen es notwendig, sensibler mit internen und externen Grenzen des Faches umzugehen und ihr flexibles Überschreiten, ihre partielle Auflösung und die Hybridisierung des vormals Getrennten in Rechnung zu stellen.

Den Medien- und Öffentlichkeitswandel zu begreifen, verlangt zuallererst theoretische Anstrengungen. Nur dann kann die Journalismusforschung eine eigene Perspektive neben und auch in den Praktikerdebatten bieten, die in beruflichen Fachzeitschriften, Feuilletons und auf den Medienzeiten geführt werden. Theoriearbeit bedeutete im deutschsprachigen Raum aber lange Zeit vor allem Klassiker-Exegese und die Übertragung soziologischer Basistheorien auf den Journalismus (vgl. Weischenberg 2012; Löffelholz/Rothenberger 2016). So wichtig ein solcher erster Schritt ist, so wenig reicht er aus, wenn darüber der Wandel des Journalismus aus den Augen verloren geht, weil sich Debatten im Prinzipiellen verhaken und in alten Frontstellungen über Jahrzehnte verharren. Auch Theorienpluralismus alleine ist noch kein befriedigender Zustand, wenn es beim Nebeneinander bleibt und es nicht zum systematischen Vergleich (vgl. den Aufsatz von *Scholl* in diesem Band) sowie zu Versuchen der Integration kommt. Es mangelt an einer kreativen Theorieentwicklung (vgl. Hagen/Frey/Koch 2015), die sich mit den neuen Phänomenen und Problemen befasst, mit denen sich der Journalismus spätestens seit Mitte der 1990er-Jahre konfrontiert sieht.

Für diesen Band wurden solche Themen ausgewählt, die die neuralgischen Punkte des Journalismus berühren und zeigen, wie sich die Journalismusforschung den aktuellen Herausforderungen stellt. Die Autorinnen und Autoren sind ausgewiesene Kenner der Forschungsbereiche, deren zentrale Begriffe, Fragen, Theorien und empirische Ergebnisse sie kom-

Klaus Meier/Christoph Neuberger

pakt präsentieren. Vieles ist im Fluss, deshalb ist es notwendig, über eine Bestandsaufnahme hinaus auch Perspektiven für die künftige Forschung zu entwickeln und so den vielschichtigen Wandel des Journalismus in Gegenwart und Zukunft im Blick zu haben.

Das Buch beginnt mit den *politischen und ökonomischen Voraussetzungen des Journalismus*. Eine möglichst umfassende Medienfreiheit und eine solide, möglichst unabhängige Finanzierung sind Grundbedingungen dafür, dass Journalismus seine Funktionen in der Gesellschaft erfüllen kann.

Andrea Czepek erläutert das Konzept der Pressefreiheit und unterscheidet zwei Perspektiven auf dieses komplexe Thema: die Einschränkungen der Freiheit aufgrund von unzulänglichen Medienstrukturen oder staatlichen Eingriffen – sowie mögliche Grenzen der Freiheit, wenn sie mit anderen Grundrechten kollidiert. Welche Grenzen als legitim angesehen werden, hängt von historischen und kulturellen Faktoren ab und wird weltweit unterschiedlich beurteilt. Dass beide Perspektiven eng zusammenhängen, lässt sich an der Problematik ablesen, dass mögliche Grenzen für Repressalien gegenüber Journalisten missbraucht werden. Nicht zuletzt aufgrund der extrem schwierigen Lage für Journalisten in Ländern wie Russland oder der Türkei oder der Verschärfung der Mediengesetzgebung durch rechtspopulistische Parteien in EU-Ländern wie Polen oder Ungarn ist das Thema Pressefreiheit (wieder) hochaktuell geworden. Allerdings bleibt ein weltweiter Vergleich schwierig und eine wirtschaftliche Liberalisierung und staatliche Deregulierung führen nicht zwangsläufig zu mehr Pressefreiheit.

Die Überlebensfähigkeit des Journalismus hängt aber nicht nur von politischen Rahmenbedingungen ab, sondern auch von seiner Finanzierung, die vor allem in westlichen Gesellschaften zunehmend brüchig wird. *Klaus-Dieter Altmeyden, Regina Greck* und *Tanja Evers* sezieren in ihrem Beitrag aus organisationstheoretischer Sicht die Kopplung von Journalismus und Medien: Medienunternehmen kaufen dem Journalismus seine Leistungen ab und verdienen mit dem Vertrieb dieser Leistungen Geld. Journalismus ist darauf angewiesen, dass eine Organisation seine Inhalte distribuiert und finanziert. Wenn Medienunternehmen – wie zum Beispiel Zeitungsverlage – dies nicht mehr ausreichend leisten können, müssten in alternativen Geschäftsmodellen andere Organisationen – wie beispielsweise Stiftungen – an ihre Stelle treten, wobei allerdings der fortschreitende digitale Wandel die klar verteilten Rollen zwischen Journalismus und Medienorganisation erschüttert: Internetkonzerne wie *Google, Apple* oder

Einführung: Stand und Perspektiven der Journalismusforschung

Facebook sehen sich – trotz ihrer Bedeutung für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung – nicht in einer gesellschaftlichen Verantwortung, was immer auch beinhaltet, gemeinwohlorientierten Journalismus zu finanzieren und zu distribuieren.

Als „Schicksalsthema“ des Journalismus apostrophiert *Frank Lobigs* die Finanzierung des Journalismus. In seinem Aufsatz über die ökonomischen Grundlagen zeigt er auf, dass die Marktfinanzierung generell problematisch für die journalistische Versorgung und Qualität ist. Dies liegt an der doppelten Vermarktung auf dem Publikums- und Werbemarkt, an Größenvorteilen, der mangelnden Zahlungsbereitschaft für journalistische Angebote sowie ihrer Eigenart als Vertrauensgut und meritorisches Gut. Gerade dort, wo privatwirtschaftlich Qualität möglich war, nämlich in der Presse, sind die Einnahmen strukturell deutlich rückläufig. Die Hoffnung auf Kompensation im Internet ist unberechtigt, stellt er – auf der Basis einer sehr tief gehenden Analyse aktueller Daten, Fakten und Trends – fest. Eher sei mit einer „inhaltlichen Deformation des Journalismus“ zu rechnen, wenn er sich den Bedingungen im Netz anpasst. Lobigs schlägt vor, nach marktfernen Lösungen zu suchen und sich dafür nicht zu viel Zeit zu lassen.

Die Frage nach der *Qualität und Verantwortung im Journalismus* hat in den vergangenen Jahren nicht nur in der öffentlichen Debatte über den Zustand des Journalismus an Bedeutung gewonnen, sondern auch in der Forschung. Eine Fülle von Studien beschäftigt sich inzwischen mit der Definition und Messung von Qualität, mit den Möglichkeiten, die Redaktionen haben, um Qualität zu sichern und zu optimieren, sowie mit der Frage, wie Journalisten ihre Verantwortung wahrnehmen und welche Strukturen es für Selbstkontrolle in unterschiedlichen Ländern und Kulturen gibt.

Klaus Arnold stellt die Theorieansätze der Qualitätsforschung vor, mit deren Hilfe Qualitätskriterien begründet werden können, diskutiert die methodischen Probleme der Messung und fasst die empirische Forschung zusammen. Was Qualität im Journalismus ist, lässt sich nicht objektiv und ‚ein für alle Mal‘ klären, sondern ist perspektivenabhängig: Die professionelle Sicht der Journalisten, das ‚öffentliche Interesse‘ und die Erwartungen des Publikums stimmen keineswegs überein. Dies müssen empirische Studien in diesem Feld berücksichtigen, wenn sie Qualität messen wollen und dafür Maßstäbe brauchen. Die Publikumperspektive hat in den letzten Jahren zwar stärkere Beachtung gefunden, doch sieht Arnold gerade hier noch Defizite.