SSOAR

Open Access Repository
www.ssoar.info

Neujustierung der Journalistik/ Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft: Proceedings zur Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2019, Eichstätt

Schützeneder, Jonas (Ed.); Meier, Klaus (Ed.); Springer, Nina (Ed.)

Erstveröffentlichung / Primary Publication
Konferenzband / conference proceedings

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Schützeneder, J., Meier, K., & Springer, N. (Hrsg.). (2020). *Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft: Proceedings zur Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2019, Eichstätt*. Eichstätt: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. https://doi.org/10.21241/ssoar.70811

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de

Terms of use:
This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more Information see:
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

gesis
Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

Mitglied der
Leibniz-Gemeinschaft

Jonas Schützeneder
Klaus Meier
Nina Springer (Hrsg.)

Neujustierung der Journalistik/ Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft

Proceedings zur Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2019, Eichstätt

Dank der Herausgeber.innen

Die „Neujustierung der Journalistik/ Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Journalismus und Wissenschaft im Wandel“. Unter diesem Titel durften wir im September 2019 80 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in Eichstätt begrüßen. Als Tagungsorganisatoren (Klaus Meier/Jonas Schützeneder) und als damalige Fachgruppensprecherin (Nina Springer) waren wir überaus erfreut über den großen Zuspruch, die lebendige Atmosphäre und die konstruktiven Diskussionen während dieser drei Tage. Die ersten Rückmeldungen in der Folge bestätigten das Interesse an einer gemeinsamen Publikation, um die wichtigsten Erkenntnisse dieser Tagung für ein noch breiteres Publikum zu präsentieren. Diese Publikation sammelt daher ausgewählte Beiträge von Teilnehmerinnen und Teilnehmern unserer Tagung. Wir danken allen Kolleginnen und Kollegen für die spannenden Beiträge und die konstruktive Zusammenarbeit in den letzten Monaten. Ein besonderer Dank geht außerdem an Lars Rinsdorf, der uns als DGPuK-Vorsitzender bei den inhaltlichen und technischen Umsetzungen unterstützt hat. Gleiches gilt für Konstantin Holtkamp, dessen sorgfältiges Lektorat allen zugute kommt.

Eichstätt/Stockholm im November 2020

Jonas Schützeneder, Klaus Meier und Nina Springer

Inhaltsverzeichnis

Zur Einführung: Bedeutung und Transformation von Journalismus und Journalismusforschung *(Klaus Meier, Jonas Schützeneder und Nina Springer)* 1

Digitale Gesellschaftsrelevanz. Herausforderungen der Journalismusforschung *(Klaus-Dieter Altmeppen)* 9

Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung *(Andreas Hepp und Wiebke Loosen)* 21

Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung *(Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann und Miriam Siemon)* 34

Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung *(Anna-Lena Wagner und Wiebke Möhring)* 52

Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit? *(Marlis Prinzing und Sebastian Pranz)* 65

Spieltheoretische Überlegungen zum digitalen Journalismus *(Juliane Lischka)* 82

Normative Legitimation of Digital Longforms in Journalism: Three Arguments for Complex Digital Storytelling *(Rosanna Planer, Alexander Godulla und Cornelia Wolf)* 93

Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung *(Julia Lück und Karin Boczek)* 105

Technische Innovation, theoretische Sackgasse? Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Lehre und Forschung *(Karin Boczek und Valerie Hase)* 117

Institutionalisierte Interdisziplinarität: Chancen für die Neujustierung der Journalismusforschung in einer digitalisierten Welt *(Bernadette Uth, Bernd Blöbaum, Laura Badura, Katherine M. Engelke)* 129

Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand *(Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers und Klaus-Dieter Altmeppen)* 140

Zur Einführung: Bedeutung und Transformation von Journalismus und Journalismusforschung

Klaus Meier, Jonas Schützeneder und Nina Springer

Zusammenfassung

Relevanz und Fülle der Journalismusforschung sind in den letzten Jahren international enorm gestiegen. Dies hat einerseits mit dem Wandel durch die Digitalisierung von Medien und Gesellschaft zu tun – und andererseits mit der damit verbundenen Transformation und dem Bedeutungszuwachs ihres Forschungsgegenstands. Die Journalismusforschung hat sich aus dem Korsett „Kommunikatorforschung" befreit, das ihr die allgemeine Kommunikationswissenschaft einst zugeschrieben hat: Mit neuem Selbstbewusstsein rückt sie einen ganzheitlichen Ansatz zur Erforschung und Analyse des Journalismus in der Gesellschaft in den Mittelpunkt. Sie entwickelt Theorien und Methoden weiter – und überdenkt ihr Verhältnis zum Journalismus. Diese Entwicklungen werfen einen neuen Bedarf an Selbstreflexion auf. Genau das hat die Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPuK auf ihrer Jahrestagung im September 2019 in Eichstätt getan. Unter dem Titel „Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft" gab die Eichstätter Tagung auch den Anstoß, ein Selbstverständnispapier zu entwickeln. Dieser Beitrag diskutiert den größeren Kontext der Tagung und führt in die Proceedings ein, in denen zentrale Tagungsbeiträge veröffentlicht sind.

Keywords: Journalismusforschung, Digitalisierung, Transformation

© Klaus Meier, Jonas Schützeneder und Nina Springer (2020). Zur Einführung: Bedeutung und Transformation von Journalismus und Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S.1-8.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70813.

Summary

The relevance and richness of journalism studies have increased enormously in recent years – both nationally and internationally. On the one hand, this increase can be attributed to the changes brought about by societal as well as media digitalization; on the other, this growth results from the transformation and increasing importance of the research object. Journalism studies freed itself from the assigned corset of being communicator-focused, a perspective traditionally found in communication science. With newly gained self-confidence, journalism researchers focus on a holistic approach to study and analyze journalism and its role in society. Journalism studies continue to develop theories and methods – and reconceptualize their relationship to journalism practice. These developments raised a new need for self-reflection; a call that the Journalism Studies Division of the German Communication Association answered throughout its annual conference in September 2019 in Eichstätt. The Eichstätt conference on "Journalism research's adjustments in a digital society" also inspired the development of a mission statement. In this introduction, we outline the larger context of the conference and establish the connection to the conference contributions published in these proceedings.

Keywords: Journalism Research, Transformation, Digitalization

© Klaus Meier, Jonas Schützeneder und Nina Springer (2020). Zur Einführung: Bedeutung und Transformation von Journalismus und Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S.1-8.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70813.

„Why journalism still matters" – mit diesem Titel überschrieb der Soziologe und Journalismusforscher Michael Schudson (2018) einen Sammelband, in dem er einige seiner wegweisenden Aufsätze der letzten zehn Jahre zusammenfügte, aktualisierte und erweiterte. Unter dieser defensiven Überschrift antwortet Schudson mit seinem gesammelten Werk auf all jene Stimmen, die meinen, in einer digitalisierten Medienwelt eine abnehmende Bedeutung des Journalismus feststellen zu können. Unter den vielen Gründen, warum Journalismus nach wie vor bedeutend ist, fällt einer besonders auf: „Journalism may exists without democracy, but can democracy exist without journalism? Not, I think, in the contemporary world" (ebd., S. 6).

In der gesellschaftlichen Krise des Jahres 2020 wurde Journalismus als „systemrelevant" neben Care-Berufen wie Pflegekräften und Supermarktangestellten gesehen (Meier & Wyss 2020) und repräsentative Umfragen zeigen, dass das Vertrauen in Journalismus während der Pandemie 2020 zugenommen hat (vgl. z. B. ARD & infratest dimap 2020; Schultz et al. 2020). In gesellschaftlichen Krisen steigt der Bedarf an verlässlicher Information – und die vielzähligen Stimmen im Internet tragen nicht zur Orientierung bei. Die gesellschaftliche Funktion des Journalismus, nämlich die Selbstbeobachtung und Synchronisation der Gesellschaft (vgl. Meier 2018, S. 29-36), wird in diesen Zeiten besonders sichtbar und seine normativen Aufgaben für viele Bürger*innen nachvollziehbar. Zugleich aber ist der ökonomische Druck auf Medienunternehmen gewachsen, die journalistische Redaktionen beheimaten und ermöglichen – etwa aufgrund Corona-bedingter Anzeigenverluste (vgl. BDZV 2020).

Mit dem Wandel durch die Digitalisierung von Medien und Gesellschaft und dem damit verbundenen Bedeutungszuwachs des Journalismus auf der einen, seiner Anfechtung durch gesellschaftliche Subströmungen auf der anderen Seite, sind auch Relevanz und Fülle der Journalismusforschung gestiegen. Ihre vier wichtigsten Fachzeitschriften *Journalism*, *Journalism Studies*, *Journalism Practice* und *Digital Journalism* veröffentlichen immer mehr Ausgaben pro Jahr; sie werden zunehmend wahrgenommen und – trotz ihres jungen Alters – in vielerlei Kontexten zitiert. Sie gehören inzwischen, gemessen an den Zitationsindices, zu den Top-Journals der Kommunikationswissenschaft. In Deutschland ist 2018 mit der Journalistik eine zweisprachige Fachzeitschrift gegründet worden, weil offenbar ein Bedarf gesehen wird. Vor diesem Hintergrund beschäftigte sich die Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) auf ihrer Jahrestagung im September 2019 mit einer Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Ein Innehalten und eine Selbstreflexion waren im Hinblick auf die vielfältigen Wandlungsprozesse in Medien, Wissenschaft und Gesellschaft zunehmend wichtig geworden. Dieser Beitrag erörtert den Rahmen der Tagung, wie im Call for Papers aufgespannt, und führt in die Proceedings ein, in denen zentrale Tagungsbeiträge veröffentlicht sind.

Komplexes Fach mit breitem Spektrum und ganzheitlichem Ansatz

Die Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung wurde 1991 gegründet. Sie hat sich im Laufe der Jahre zu einer der größten Fachgruppen der DGPuK entwickelt. Die Komplexität des Faches spiegelt sich darin, dass die Fachgruppe als einzige der DGPuK-Fachgruppen bis zum September 2020 kein Selbstverständnis formuliert hatte. Die Eichstätter Tagung gab den Anstoß, ein Selbstverständnispapier zu entwickeln und zu diskutieren.

Im Laufe des folgenden Kalenderjahrs beschäftigte sich eine Arbeitsgruppe mit dessen Ausformulierung. Beteiligt waren (neben den Autor*innen) Margreth Lünenborg, Maja Malik, Marc-Christian Ollrog, Marlis Prinzing, Annika Sehl, Petra Weber sowie die damaligen stellvertretenden Sprecher*innen der Fachgruppe Daniel Nölleke und Petra Werner. Gemäß dem 2020 beschlossenen Selbstverständnis bietet die Fachgruppe „ein Forum für alle Wissenschaftler*innen, die sich mit Theorie und Empirie der Journalismusforschung, mit der akademischen und praktischen Aus- und Weiterbildung von Journalist*innen sowie mit Transfer und Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse in der journalistischen Praxis beschäftigen"[1]. Daher beheimatet die Fachgruppe „ein breites Spektrum an wissenschaftlichen Ansätzen zur Erforschung journalistischer Praktiken und Inhalte, der Strukturen, die den Journalismus prägen, seiner Rahmenbedingungen und seiner Rolle in der Gesellschaft, der Beziehung zwischen Journalismus und seinem Publikum". Entsprechend widme sich die Fachgruppe zum einen der akademischen Lehre, die in der Integration von Theorie und Praxis Kompetenzen für das Berufsfeld Journalismus vermittle.

© Klaus Meier, Jonas Schützeneder und Nina Springer (2020). Zur Einführung: Bedeutung und Transformation von Journalismus und Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S.1-8.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70813.

Zum anderen begreife sie Journalismus in all seinen Formen und aktuellen Herausforderungen als Forschungsgegenstand, dem sie sich aus verschiedenen theoretischen Perspektiven und mit vielfältigen empirischen wie auch normativen Zugängen nähere.

Dieser ganzheitliche Ansatz zur Erforschung und Analyse des Journalismus in der Gesellschaft kommt uns heute selbstverständlich vor. Tatsächlich musste sich die Journalismusforschung aber erst aus einem engen Korsett befreien, das ihr die allgemeine Kommunikationswissenschaft einst mit dem Begriff „Kommunikatorforschung" zugeschrieben hatte – eine Perspektive, die den Forschungsgegenstand auf die Untersuchung von Kommunikator*innen verengt hatte und die sich lange in Lehr- und Handbüchern der Kommunikationswissenschaft hielt und zum Teil bis heute hält. Journalismusforschung ist eben nicht nur Journalist*innenforschung.

Immens gestiegener Forschungsbedarf

Der internationale Forschungsboom hat mit dem immens gestiegenen Forschungsbedarf zu tun, der auch hierzulande unübersehbar ist. Die Digitalisierung treibt Medienorganisationen, Redaktionen, Journalist*innen und Nutzer*innen vor sich her. Beispiele für die mannigfaltigen Aspekte des Wandels sind die Ausrichtung der Redaktionsstrukturen und -strategien auf digitale Publikationsformen (z. B. Hohlfeld 2018), eine Gründer*innenszene mit neuen Finanzierungsformen (z. B. Buschow & Wellbrock 2020), neue Berichterstattungsmuster (z. B. Meier 2019), die Nutzung neuer technischer Möglichkeiten für das Storytelling (z. B. Godulla & Wolf 2020), ein veränderter und zugleich komplexer werdender Umgang mit dem Publikum (z. B. Haim 2019), oder neue Kompetenzen, die in der Aus- und Weiterbildung vermittelt werden müssen (z. B. Gossel & Konyen 2019).

Dabei stellt sich die Frage, welche neuen Kompetenzen Journalismusforscher*innen brauchen und wie sie sich diese aneignen können, z. B. im Umgang mit Big Data und beim Einsatz von Computational Methods, die gleichermaßen Chancen wie Herausforderungen für Forschung und Lehre mit sich bringen (z. B. Schmidt 2020). Und wie kann künftig eine Vernetzung von forschend-wissenschaftlicher und praktisch-journalistischer Ausbildung in Studiengängen gelingen (z. B. Meier & Schützeneder 2019)?

Intermediäre wie Facebook/Instagram oder Google/YouTube nehmen in ihrer Bedeutung für die Herstellung von Öffentlichkeit und für die Meinungsmacht zu; sie verstehen sich aber als technische Kommunikationsplattformen und nicht als journalistische Organisationen, fühlen sich demnach auch nicht publizistischer Vielfalt und Ethik verpflichtet (vgl. z. B. Jarren 2019; Jarren & Neuberger 2020). Zugleich kommunizieren immer mehr Unternehmen, Regierungen, Parteien und Organisationen selbst mit ihren Zielgruppen. Sie imitieren dabei Journalismus, um Publikum zu erreichen und Vertrauen aufzubauen – und entziehen zugleich den journalistischen Medienunternehmen Werbegelder („owned media" oder allenfalls „earned media" statt „paid media"). Journalismus ist in vielfältiger Hinsicht unter Druck geraten, zum einen wirtschaftlich (sinkende Erlöse von Printmedien, Sparrunden beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk), zum anderen politisch: Es gehört inzwischen zum Standard-Narrativ der Rechtspopu-list*innen, dass Journalismus angeblich nicht die Lebenswirklichkeit der ganzen Bevölkerung aufgreife, gleichgeschaltet sei und manipuliere – und deshalb an Vertrauen verliere (vgl. z. B. Schindler et al. 2018). Kollektive Hetze extremistischer Gruppen gegen Journalist*innen und traditionelle Massenmedien bereitet realer Gewalt den Boden. Journalistische Produkte werden als „Fake News" geschmäht und gleichzeitig mit politisch motivierten Falschmeldungen konterkariert. Ziel ist es, Journalismus zu umgehen, zu verunglimpfen und dadurch zu marginalisieren – und damit letztlich die Öffentlichkeit zu manipulieren und die Demokratie zu untergraben.

© Klaus Meier, Jonas Schützeneder und Nina Springer (2020). Zur Einführung: Bedeutung und Transformation von Journalismus und Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S.1-8.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70813.

Entwicklungspotentiale der Journalistik/Journalismusforschung

Mit der Eichstätter Tagung und dem später beschlossenen Selbstverständispapier sind die Debatten im Fach nicht abgeschlossen. Wie lässt sich das wissenschaftstheoretische und das wissenschaftspolitische Profil der Journalistik/Journalismusforschung weiterentwickeln – z. B. im Hinblick auf eine inter- und transdisziplinäre Kooperation mit anderen Fachgruppen und Forschungsgebieten; nationale und internationale, wissenschaftsinterne und transferbasierte Publikationsstrategien; Nachwuchsförderung sowie die Arbeitsbedingungen in verschiedenen Hierarchiestufen und unterschiedlichen wissenschaftlichen Institutionen; im Hinblick auf das Verhältnis zwischen Wissenschaft und Praxis oder auf Berufsbezug und Journalist*innenausbildung?

Braucht es vor dem Hintergrund des Legitimierungsdrucks, der auf dem Journalismus lastet, auch ein stärker normatives Selbstverständnis der Wissenschaft? Oder sollte nicht zumindest die jeder Forschung zugrundeliegende Normativität transparent gemacht werden? Anders formuliert: Wie steht es um das Verhältnis der Journalistik-Wissenschaft und Journalismusforschung zum Forschungsgegenstand Journalismus? Ist bzw. sollte die Wissenschaft ausschließlich neutral beobachten oder Missstände kritisieren oder in Transferprojekten zur Verbesserung der journalistischen Qualität beitragen?

Noch weitergehender ist die Frage, ob die Wissenschaft einen aktiven Beitrag dazu leisten muss, dass in der öffentlichen Debatte die gesellschaftliche Rolle, Bedeutung und Qualität des Journalismus von den Menschen verstanden wird. Muss die Wissenschaft also auch politische Argumente zu einer differenzierten und konstruktiven Auseinandersetzung zur Verfügung stellen, d. h. Leistungen des Journalismus nicht nur kritisch reflektieren, sondern in der öffentlichen Diskussion auch verteidigen? Es geht also um ein sich veränderndes Rollenverständnis, das ein traditionelles beobachtendes Wissenschaftsverständnis um eine neue Perspektive erweitert und ergänzt zu einer sich gerade entwickelnden „transformativen Wissenschaft“ im Hinblick auf große gesellschaftliche Herausforderungen. Uwe Schneidewind (2015, S. 17) hat diese Ergänzung des wissenschaftlichen Rollenverständnisses auf den Punkt gebracht: „Transformative Wissenschaft bezeichnet eine Wissenschaft, die gesellschaftliche Transformationsprozesse nicht nur beobachtet und von außen beschreibt, sondern diese Veränderungsprozesse selber mit anstößt und katalysiert und damit als Akteur von Transformationsprozessen über diese Veränderungen lernt". Während traditionelle Kommunikationswissenschaft Wandel und Innovationen „in nachlaufender Aufräumarbeit“ (Schäfer & Wessler 2020, S. 307) untersucht, wollen sich neue Ansätze in kooperativen und interaktiven Forschungsprozessen an Innovationen und gesellschaftlichen Transformationsprozessen beteiligen (vgl. z. B. Meier 2011; Hepp & Loosen 2019; Meier & Schützeneder 2019) oder sich mit „öffentlicher Kommunikationswissenschaft“ aktiv „in gesellschaftliche Diskurse einschalten“ und dadurch die digitale Mediengesellschaft mitgestalten[2]. Alles in allem haben diese neuen Ansätze das Potential, „die Erklärungskraft und Zukunftstauglichkeit der Kommunikationswissenschaft“ (Schäfer & Wessler 2020, S. 307) zu stärken.

Die Themen dieser Proceedings

Dies war – in aller nötigen Kürze – der weite Rahmen der Jahrestagung, um die Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung vor dem Hintergrund aktueller Transformationsprozesse auszuloten. Diese Proceedings bündeln zentrale Beiträge, die aus der Tagung entstanden sind:

Den Auftakt macht Klaus-Dieter Altmeppen mit einem Blick auf die „Digitale Gesellschaftsrelevanz“ des Journalismus und der Journalismusforschung. Seine Keynote wurde für diesen Sammelband anhand von fünf Thesen strukturiert, um (problematische) Entwicklungen herauszugreifen und die Zukunft der Journalistik/Journalismusforschung zu erörtern.

Die Neujustierung der Journalismusforschung holistisch in den Blick zu nehmen regen Andreas Hepp und Wiebke Loosen an. Ihr Beitrag stellt grundlegende Fragen an die Erfassung von Neujustierung, und geht die Herausforderungen mehrdimensional an: Gefordert werden eine ganzheitliche Beobachtung des journalistischen Feldes, interdisziplinär(er)e Forschungspraxis und integratives, empiriebasiertes Theoretisieren.

Eine neue, zentrale Herausforderung des Journalismus bilden Akteur*innen, die in öffentlichen Diskursen die Deutungshoheit des Journalismus bedrängen. Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann und Miriam Siemon nutzen einen praxistheoretischen Zugang, um durch „media practices“ die komplementäre Anpassung nichtinstitutioneller und professioneller Akteur*innen in einem öffentlichen Aushandlungsprozess zu analysieren.

© Klaus Meier, Jonas Schützeneder und Nina Springer (2020). Zur Einführung: Bedeutung und Transformation von Journalismus und Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S.1-8.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70813.

Um Aushandlungsprozesse geht es in gewisser Weise auch im Beitrag von Anna-Lena Wagner und Wiebke Möhring. Freie Mitarbeiter*innen und ihre Integration sind im Lokaljournalismus nahezu unverzichtbar und dennoch kaum wissenschaftlich erforscht. Die Autorinnen, präsentieren ein integratives Modell zur Untersuchung von Organisations- und Beziehungsgefügen und verbinden hierzu sozialintegrative Theorien mit der Strukturationstheorie.

Die gesteigerte Abhängigkeit von journalistischen Medien gegenüber großen internationalen Intermediären reflektieren Marlis Prinzing und Sebastian Pranz. Rechtliche Rahmenbedingungen, Strategien im Umgang mit und Reichweiten durch diese Plattformen sind zentrale Herausforderungen für den Journalismus. Die Autor*innen stellen auch einen Gegentrend fest: Neugründungen in diesem Umfeld versuchen größtmögliche Unabhängigkeit von globalen Plattformdiensten zu erreichen.

Auf ein wesentliches Dilemma redaktioneller Angebote im digitalen Kontext geht Juliane Lischka ein: Der schwierigen Vereinbarkeit professioneller Normen mit ökonomischen Zielen. Sie hinterfragt kritisch Entscheidungen, die im Rahmen der Produktion von Online-Inhalten getroffen werden, insbesondere mit Fokus auf Clickbait. Mithilfe spieltheoretischer Ansätze werden in ihrer Analyse widersprüchlicher institutioneller Logiken neue Aspekte und spannende Dimensionen sichtbar.

Auf besondere Inhalte im Digitaljournalismus konzentrieren sich Rosanna Planer, Alexander Godulla und Cornelia Wolf. Sie sammeln in ihrem englischsprachigen Beitrag Argumente für digitales Storytelling. In einer Abwägung normativer Legitimierung mit Bedenken und Kritik entsteht ein diskursiver Austausch, der nicht nur die journalistische Aussagenproduktion, sondern auch die Konsumption durch das Publikum in den Blick nimmt.

Das Thema Wissensvermittlung ist zentraler Bestandteil der Journalist*innenausbildung. Julia Lück und Karin Boczek legen in ihrem Beitrag einen besonderen Fokus auf die Statistikausbildung. Dabei entsteht ein aussagekräftiger Überblick zum Stand der Statistik- und empirischen Methodenausbildung in deutschen Journalismusstudiengängen. Ergänzend erarbeiten die Autorinnen auch Vorschläge zum didaktischen Umgang.

Noch tiefer in die Statistik und empirischen Methoden steigen Valerie Hase und Karin Boczek ein. Sie beschreiben die Möglichkeiten und Hintergründe der automatisierten Inhaltsanalyse. Konkret geht es um die Frage, welche Impulse diese Methodeninnovation für die Journalistik/Journalismusforschung erbringen kann.

Interdisziplinarität hat in der Journalistik/Journalismusforschung den letzten Jahren enorm an Bedeutung gewonnen. Bernadette Uth, Bernd Blöbaum, Laura Badura und Katherine M. Engelke reflektieren anhand konkreter Beispiele institutionalisierter Interdisziplinarität Chancen und Herausforderungen fächerübergreifender Verbünde.

Anknüpfungspunkte zur Praxis und Journalist*innenausbildung liefert abschließend der Beitrag von Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers und Klaus-Dieter Altmeppen. Unter dem Titel „Catch me if you can“ blicken sie auf Stellanzeigen im Journalismus und ordnen per Inhaltsanalyse bisherige Kompetenzmodelle teilweise neu an. Die Studie belegt, dass nach wie vor wenig Konvergenz zwischen technischen und journalistischen Aufgabenfeldern besteht. Dafür finden sich in den analysierten Inseraten Verweise auf ein eigenes Kompetenzprofil für den digitalen Journalismus, der sich unter anderem durch seine ausgeprägte Publikumsorientierung auszeichnet.

Die Tagung bestand nicht nur aus klassischen Vorträgen und Panels, sondern experimentierte auch mit einem neuen interaktiven Format: Statements und Positionen zu innovativen Aspekten der Journalist*innenausbildung wurden in Form eines „World-Cafés“ zunächst prägnant im Forum vorgetragen und anschließend in kleineren Runden an Tischen diskutiert. Wir listen im Folgenden alle angesprochenen Themen und Referent*innen auf, damit die Leser*innen dieser Proceedings die Möglichkeit haben, bei den Autor*innen gezielt nach weiteren Informationen zu fragen::

Lisa Bolz, Universität Sorbonne Paris: Cybermobbing im Journalismus und die Rolle der Wissenschaft. Das Beispiel der LOL-Liga.

Ralf Hohlfeld & Michael Sengl, Universität Passau: Konsequent konvergent: „Journalistik und Strategische Kommunikation“ als Antwort auf den Medienwandel.

© Klaus Meier, Jonas Schützeneder und Nina Springer (2020). Zur Einführung: Bedeutung und Transformation von Journalismus und Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S.1-8.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70813.

Julia Lück, Universität Mainz: Methoden- und Statistikausbildung in deutschen Journalismus-studiengängen

Klaus Meier & Jonas Schützeneder, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt: Transfer zwischen Forschung und Redaktionen im Journalistikstudium.

Marc-Christian Ollrog, Hochschule Braunschweig/ Wolfenbüttel: Der Theorie-Praxis-Reißverschluss klemmt: Die gefährdete Balance der Journalismus-ausbildung.

Klaus Ott, Süddeutsche Zeitung: Schülermedientag. Journalist*innen und Studierende in die Schulen.

Petra Weber, Technische Universität Dortmund: Neues Lehrmodell Kulturjournalismus.

[1] *Das Selbstverständnis der Fachgruppe kann auf der Homepage der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft abgerufen werden: https://www.dgpuk.de/de/journalistikjournalismusforschung.html*

[2] *Vgl. eine von Wissenschaftler*innen gestartete Initiative: eine Charta für eine „Öffentliche Medien- und Kommunikationswissenschaft", einsehbar unter https://oeffentliche-kowi.org.*

Literatur

ARD/infratest dimap (2020). *Glaubwürdigkeit der Medien 2020*. Eine Studie von infratest dimap im Auftrag des Westdeutschen Rundfunks. Oktober 2020 (https://www.ard.de/die-ard/Glaubwuerdigkeit-der-Medien-WDR-Studie-100.pdf; abgerufen am 16.10.2020).

BDZV (2020). *„Corona-Krise ist für digitale journalistische Nachrichtenangebote eine riesige Chance"*. Pressemitteilung vom 27. Mai (https://www.bdzv.de/nachrichten-und-service/presse/pressemitteilungen/artikel/detail/corona-krise-ist-fuer-digitale-journalistische-nachrichtenangebote-eine-riesige-chance; abgerufen am 17.10.2020).

Buschow, Christopher & Wellbrock, Christian-Mathias (2020). *Die Innovationslandschaft des Journalismus in Deutschland.* Düsseldorf: Landesanstalt für Medien NRW.

Godulla, Alexander & Wolf, Cornelia (2018). Digitales Storytelling: Nutzererwartungen, Usability. Produktionsbedingungen und Präsentation. In: Nuernberg, Christian & Neuberger, Christoph (Hg.): *Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung.* 2 Aufl. Wiesbaden: Springer VS.

Gossel, Britta M. & Konyen, Kathrin (Hg.) (2019). *Quo Vadis Journalistenausbildung? Befunde und Konzepte für eine zeitgemäße Ausbildung.* Wiesbaden: Springer VS.

Haim, Mario (2019). *Die Orientierung von Online-Journalismus an seinen Publika: Anforderung, Antizipation, Anspruch.* Wiesbaden: Springer VS.

Hohlfeld, Ralf (2018). Crossmedialität im Journalismus. In: Otto, Kim & Köhler, Andreas (Hg.): *Crossmedialität im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation.* Wiesbaden: Springer VS, S. 17-42.

Hepp, Andreas & Loosen, Wiebke (2019). Molo.news: Experimentally Developing a Relational Platform for Local Journalism. In: *Global Media and Communication* 7(4): 2183-2439 (https://doi.org/10.17645/mac.v7i4.2284).

Jarren, Otfried (2019). Social Media: Institutionalisierungsprozesse als interdisziplinäre Forschungsaufgabe. Plattformökonomie und die Macht der neuen Intermediäre als Herausforderung für die Sozialwissenschaften. *Medienwirtschaft*, 16(1), 14-24.

Jarren, Otfried & Neuberger, Christoph (Hg.) (2020). *Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise. Medien und Plattformen als Intermediäre.* Baden-Baden: Nomos.

Meier, Klaus (2011). Journalismusforschung als interaktive Innovationsforschung. Eine Methodologie für Wissenstransfer. In: Olaf Jandura, Thorsten Quandt & Jens Vogelgesang (Hg.): *Methoden der Journalismusforschung*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 67-82.

Meier, Klaus (2018). *Journalistik.* 4. Auflage, Konstanz/München: UVK.

Meier, Klaus (2019). Berichterstattungsmuster als Strategie der Komplexitätsreduktion. In: Dernbach, Beatrice/Godulla, Alexander/Sehl, Annika (Hg.): *Komplexität im Journalismus.* Wiesbaden: Springer 2019, S. 101-116, https://doi.org/10.1007/978-3-658-22860-6_10

© Klaus Meier, Jonas Schützeneder und Nina Springer (2020). Zur Einführung: Bedeutung und Transformation von Journalismus und Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S.1-8.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70813.

Meier, Klaus & Schützeneder, Jonas (2019). Bridging the Gaps: Transfer Between Scholarly Research and Newsrooms in Journalism Education. Toward an Evidence-Based Practice in an Age of Post-Truth and State of Flux. In: *Journalism & Mass Communication Educator,* 74 (2), S. 199–211, https://doi.org/10.1177/1077695819830021

Meier, Klaus & Wyss, Vinzenz (2020). Journalismus in der Krise: die fünf Defizite der Corona-Berichterstattung. In: *meedia.de* vom 9. April (https://meedia.de/2020/04/09/journalismus-in-der-krise-die-fuenf-defizite-der-corona-berichterstattung; abgerufen am 16.10.20).

Schäfer, Mike S. & Wessler, Hartmut (2020). Öffentliche Kommunikation in Zeiten künstlicher Intelligenz. Warum und wie die Kommunikationswissenschaft Licht in die Black Box sozio-technischer Innovationen bringen sollte. In: *Publizistik*, 65 (3), S. 307-331.(https://doi.org/10.1007/s11616-020-00592-6).

Schindler, Johanna, Claudia Fortkord, Lone Posthumus, Magdalena Obermaier, Nayla Fazwi & Carsten Reinemann (2018). Woher kommt und wozu führt Medienfeindlichkeit? Zum Zusammenhang von populistischen Einstellungen, Medienfeindlichkeit, negativen Emotionen und Partizipation. *Medien & Kommunikationswissenschaft,* 66(3), 283-301.

Schmidt, Jan-Hinrik (2020). Kommunikationswissenschaftliche Online-Forschung. Was ist das, und wie sollte sie sich entwickeln? *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung.* https://doi.org/10.21240/mpaed/jb15/2020.03.01.X.

Schneidewind, Uwe (2015). Transformative Wissenschaft – Motor für gute Wissenschaft und lebendige Demokratie. Reaktion auf A. Grunwald. 2015. Transformative Wissenschaft – eine neue Ordnung im Wissenschaftsbetrieb? *GAIA*, 24 (1), S. 17-20 (http://dx.doi.org/10.14512/gaia.24.2.5).

Schudson, Michael (2018). *Why Journalism Still Matters.* Cambridge: Polity Press.

Schultz, Tanjev, Marc Ziegele, Ilka Jakobs, Nikolaus Jackob, Oliver Quiring & Christian Schemer (2020). Medienzynismus weiterhin verbreitet, aber mehr Menschen widersprechen. Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2019. In: *Media Perspektiven*, 6, S. 322-330.

© Klaus Meier, Jonas Schützeneder und Nina Springer (2020). Zur Einführung: Bedeutung und Transformation von Journalismus und Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S.1-8.
DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70813.

Digitale Gesellschaftsrelevanz. Herausforderungen der Journalismusforschung

Klaus-Dieter Altmeppen

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Zusammenfassung

Eine bedeutsame soziale Praktik ist Kritik, im Sinne emanzipatorischen Erkenntnisinteresses. Kritik ist ein handelndes Element der sozialen Praktiken von Wissenschaftler_innen, die sich in ihrem Handeln mit den Normen und ihrer Unterscheidung auseinandersetzen (Jaeggi & Wesche, 2009, S. 7). Auf dieser Grundlage folgt die Zusammenfassung einer Keynote, die als Möglichkeit interpretiert wurde, problematische Entwicklungen in der Journalistik/Journalismusforschung herauszugreifen. Leitend für diese Möglichkeit ist die Annahme, dass die Journalismusforschung/Journalistik sich als Gesellschaftswissenschaft verstehen sollte. Der vorliegende Beitrag diskutiert anhand von fünf zentralen Thesen Ausgangspunkt, Herausforderungen und Zukunft der Journalismusforschung.

Keywords: Journalismusforschung, Internationalisierung, Entfremdung, Kommunikation

© Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Digitale Gesellschaftsrelevanz. Herausforderungen der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 9-20. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70814.

Summary

A significant social practice is criticism, in the sense of emancipatory cognitive interest. Critique is an acting element of the social practices of scholars who deal with norms and their differentiation in their actions (Jaeggi & Wesche, 2009, p. 7). On this basis, the summary of a keynote follows, which was interpreted as a possibility to pick out problematic developments in journalism/journalism research. Guiding this possibility is the assumption that journalism research/journalism should be understood as a social science. The present contribution therefore discusses the starting point, challenges and future of journalism research on the basis of five central theses.

Keywords: Journalism Research, Internationalization, Alienation, Communication

© Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Digitale Gesellschaftsrelevanz. Herausforderungen der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 9-20. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70814.

Was und wie eine Wissenschaft beobachtet ist ebenso wenig festgelegt wie die Schlüsse, die sie aus den Beobachtungen zieht. Diese Freiheitsgarantien für Wissenschaft, Lehre und Forschung bilden einen Teil der normativen Ordnung des Wissenschaftsbetriebs. Diese Ordnung lässt sich fassen als ein Zusammenhang verschiedener Normen, die sich auf den gleichen Ausgangspunkt zurückführen lassen, in diesem Fall Wissenschaft als Handlungsfeld und als Beruf. Dort bilden sich Normen als soziale Praktiken aus, in denen sich Gemeinschaften von der eigenen Realität distanzieren, um diese zu verändern (Möllers, 2018, S. 15). Normen sind Haltepunkte, an denen Gemeinschaften ihr ethisches Handeln reflektieren und bewerten, um Fragen nach einem Wertewandel zu beantworten. Es sind in dieser Sichtweise also vor allem Normen, über deren Reflektion und Veränderung sich Gesellschaften wandeln, denn soziale Normen markieren Unterschiede und Gemeinsamkeiten, weil sie in sozialen Kontexten, zu konkreten Zeiten und konkreten Orten in Erscheinung treten und gelten.

Eine bedeutsame soziale Praktik ist Kritik, im Sinne emanzipatorischen Erkenntnisinteresses. In solchem Sinne ist Kritik ein handelndes Element der sozialen Praktiken von Wissenschaftler_innen, die sich in ihrem Handeln mit den Normen und ihrer Unterscheidung auseinandersetzen (Jaeggi & Wesche, 2009, S. 7). Um Wandel und Veränderungen festzustellen, sind Normen eine Möglichkeit, wenn sie auf ihre aktuelle Bedeutsamkeit hin befragt werden. Dies gilt gesamtgesellschaftlich ebenso wie in einzelnen Handlungsfeldern wie etwa der Wissenschaft, und dort noch weiter gesplittet in Teildisziplinen. Die Rekursivität der Normen, ihr Zurückverweisen auf den gleichen Mechanismus, bringt es mit sich, dass Journalistik-wissenschaftler_innen nicht nur die Normen der Gesellschaft – und ihre kommunikative Hervorbringung und Veränderung – untersuchen, sondern zugleich auch Aussagen treffen über die Normen ihrer eigenen Disziplin. Wer über Vertrauen im Journalismus oder über Verantwortung von Medienunternehmen forscht, macht auch Aussagen über Vertrauen und Verantwortung in der eigenen Gemeinschaft. Und wer über digitale Öffentlichkeiten forscht, trifft Aussagen über den fortlaufenden Prozess, in denen sich die Mitglieder der Gesellschaft darüber verständigen, wie sie leben wollen (Klaus, 2017, S. 22).

Auf dieser Grundlage habe ich die Einladung, einen Teil einer Dialogkeynote zu halten, als Möglichkeit interpretiert, Entwicklungen in der Journalistik/Journalismusforschung herauszugreifen, die ich als problematisch ansehe. Leitend für diese Möglichkeit ist die Annahme, dass die Journalismusforschung/Journalistik sich als Gesellschaftswissenschaft verstehen sollte. Als solche Wissenschaft sollte sie sich einmischen und mitreden in den öffentlichen Debatten, zu denen sie etwas zu sagen hat (Altmeppen, 2018). Insgesamt jedoch ist es um die öffentliche Erscheinungsweise der Gesellschaftswissenschaften nicht gut bestellt, getrieben von Kommerzialisierungsschüben und eingehegt in bibliometrische Rankings beschäftigen sie sich viel mehr mit sich selbst als mit den Problemen der Gesellschaft. Beim permanenten Blick nach innen verlieren sie ihre Gemeinwohlorientierung (Selke 2015). In einem sehr kursorischen Verfahren stelle ich im Folgenden meine Thesen dazu dar, die zugegebenermaßen durchaus provokant formuliert sind. Dadurch soll zum Widerspruch herausgefordert werden, um im Diskurs zu angemessenen Wegen der Journalismusforschung zu kommen.

1. Elitemedienverengung

Diese These hat zwei Narrative: Eliteverengung und Medienverengung. Zur Eliteverengung: Im gemeinsamen Chor beklagen Journalistik-wissenschaftler_innen, dass wahlweise die Medien oder der Journalismus an Relevanz und Bedeutung einbüßen. Sie beziehen das auf alle Medien- und Journalismusorganisationen, auf Redaktionen, auf Journalistenbüros, auf Verlage und Rundfunkunternehmen, auf Lokalzeitungen wie auf Fachzeitschriften.

Im nächsten Satz aber tun die Journalismusforscher_innen nach wie vor so, als wären allein die Elitemedien relevant für die Gesellschaft. Es geht in den Untersuchungen dann nur noch um Süddeutsche Zeitung und FAZ, um Zeit, Stern und Spiegel. Exemplarisch ist dies abzulesen an den Studien zu Flucht und Migration, in denen Lokalmedien oder die Boulevardzeitungen (übrigens ein hervorragendes Handlungsfeld, um die Entstehung, Verbreitung und Aneignung von Frames und Fake News zu untersuchen) oder privat-kommerzielle Sender von Radio und Fernsehen allenfalls am Rande

© Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Digitale Gesellschaftsrelevanz. Herausforderungen der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 9-20. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70814.

eine Rolle spielen (statt vieler: Greck, 2016). Das widerspricht im Übrigen auch allen Nutzungsdaten: die Boulevardzeitungen haben die höchsten Auflagen, die privat-kommerziellen Medien hohe Quoten, die Lokalmedien verbreiten deutlich mehr Ausgaben als die Leitmedien.

Die Narrative und Frames, die in der Gesellschaft entstehen, verbreiten und festigen sich nicht in erster Linie durch Elitemedien, auch das Rechts-Links-Raster, das publizistische Spektrum (Maurer & Reinemann, 2006, S. 129-130) das sich vor allem an den Leitmedien orientiert, hat seine Erklärungskraft im Zuge der Ökonomisierung verloren. Wer aus Gründen der Wirtschaftlichkeit und Profitabilität auf der Suche nach möglichst weitem Publikum ist, findet dies nicht in politischen Milieus allein. Zu beantworten wäre also die Frage, warum die Journalismusforschung so permanent an der Eliteverengung festhält. Vielleicht, weil Diversitätsprobleme in beiden Handlungsfeldern, Journalismus und Kommunikationswissenschaft, vernachlässigt werden: Jüngeren wie älteren Umfragen zufolge bilden die Journalist_innen in Deutschland die gesellschaftlichen Schichten und Klassen nicht annähernd ab, sondern konzentrieren sich auf: weiß, männlich, Mittel- bis Oberschicht, Akademiker_innenmilieu (Steindl, Lauerer & Hanitzsch, 2017, S. 413-415).

Zur Medienverengung, sie ist mit der Elitemedienverengung auf enge Weise verknüpft. Während die Elitemedien noch dem herkömmlichen Medienbegriff der Journalistik entsprechen, entstehen die Probleme damit, dass der Medienbegriff erodiert und längst schon nicht mal mehr als Begriff zur Kennzeichnung traditioneller Medien taugt. Unter die Rezeption und Aneignung professionell produzierter Inhalte fallen mittlerweile dermaßen viele Angebote von dermaßen vielen Anbietern, dass der Überblick schwindet und es dringend erforderlich wäre, definitorisch für mehr Klarheit zu sorgen. Erhebungen zum Journalismus müssen mittlerweile erhebliche Anstrengungen machen, um zu ermitteln, wo Journalist_innen arbeiten und wo nicht. Dazu werden journalistische Medienangebote deklariert (Steindl, Lauerer & Hanitzsch, 2017, S. 406-408), die von redaktionellen Einheiten erstellt worden sein müssen. Diese Medienangebote müssen ein Bündel an Kriterien erfüllen (Periodizität, Reichweite und Redaktionsgröße), um in das Sample zu gelangen.

Gebunden sind die redaktionellen Einheiten aber nach wie vor an Medienunternehmen oder Medienhäuser alter Prägung, also Fernsehen, Hörfunk und Print. Doch schon in diesem Handlungsfeld ist es höchst schwierig zu definieren, wer Journalist_in ist oder sein könnte und wo die Grenzen des Journalismus liegen. Ist dies noch der Diversifikation innerhalb der traditionellen Medien zuzuschreiben (bei denen Advertorials, Corporate Publishing, Nachrichten, Unterhaltung und Communityservice häufig kaum voneinander zu unterscheiden sind) und daher mit dem Medienbegriff abgedeckt, entsprechen die neuen oder weiterentwickelten Informationsanbieter keinesfalls dem alten Medienbegriff. Insbesondere fehlen bei Twitter, Instagram, Facebook, Snapchat, WhatsApp und vielen anderen Plattformen alle Merkmale, die an journalistische Medienangebote gestellt werden. Umstandslos werden aber alle diese Institutionen unter Medien als einem Sammelbegriff subsumiert, auch weil ein reges Wirrwar an Bezeichnungen existiert: Internet, Intermediäre, Plattformen, Digitalkonzerne.

Den Medienbegriff haben Kommunikationswissenschaft und Journalistik nie richtig geklärt. Saxers (1997) gewundene Deskription, Pross' Dreiteilung (Beck, 2018, S. 10), journalistische Medien bei den Journalismusstudien (Weischenberg, Malik & Scholl, 2006; Steindl, Lauerer & Hanitzsch, 2017): Was jahrzehntelang versäumt wurde – den Medienbegriff zu schärfen – fällt der Journalistik schmerzhaft auf die Füße, jetzt, wo plötzlich alle Plattformen auch als Medien bezeichnet werden: Da gibt es nun schon, siehe das Programm der ICA 2019, den Youtube journalism. Was soll das sein? Influencer auf Youtube? Die Nutzung von Youtube durch traditionelle Medien? Gibt es dort journalistische Regeln, publizistisch orientierte Entscheidungen? Wer sind die Quellen, wer die Macher eines Youtube-Journalismus?

Leider tragen die Journalistik wie die Journalist_innen selber in erheblichem Maße dazu bei, dass die digitalen Plattformen als Medien angesehen werden. Unreflektiert werden die Plattformen ständig als Medien tituliert, mit allen Konsequenzen. Die liegen bspw. darin, dass die Mehrheit der Bevölkerung – in Unkenntnis der Unterschiede – die vorhandenen Frames über Medien auf die Plattformen übertragen. Vertrauen und Misstrauen, Transparenz und Intransparenz, Glaubwürdigkeit und Zweifel, gesellschaftliche Funktionen und Dysfunktionalitäten: Unterschiedslos werden Plattformen und Medien, und mit ihnen unter dem Strich der Journalismus, in einen Zusammenhang gestellt, der nicht existent ist. Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit, bei

© Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Digitale Gesellschaftsrelevanz. Herausforderungen der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 9-20. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70814.

der Plattformen mit höchst folgenreichen Unschärfen als Medien bezeichnet werden, haben auch und vor allem Wissenschaftler_innen und Journalist_innen zu verantworten.

2. Entfremdung von gesellschaftlich relevanten Themen

Die Gesellschaft ist, so kann man konstatieren, nicht interessiert an Ergebnissen, wie sie die Journalismusforschung derzeit liefert. Medienwandel, Öffentlichkeitstheorien, selbst Fake News locken kein Publikum und erzielen keine Reichweite. Schlagendes Beispiel dafür ist die schleichend vonstattengehende Einstellung des Medienjournalismus mangels Nachfrage. Digitaler Journalismus, Fake News, Echokammern, Qualität des Journalismus, all das sind keine relevanten Themen für die Öffentlichkeit (sehr wohl aber für die Wissenschaft). Von den gesellschaftlich relevanten Themen aber ist die Journalismusforschung entfremdet. Sie hat wenig zu sagen zur Bedeutung des Journalismus bei der gesellschaftlichen Konstruktion relevanter Themen wie Migration und Klimawandel.

Während Medien und Öffentlichkeit als Thema in der Berichterstattung per se kaum eine Rolle spielen, werden sie in Verbindung mit gesellschaftlich relevanten Themen höchst bedeutend. Fake News im Zusammenhang mit dem Einfluss Russlands, soziale Medien im Zusammenhang mit der Meinungsmacht z.B. von Youtuber_innen in Wahlzeiten, Lügenpresse und Rechtsextremismus bei Wahlen: In all diesen Fällen wird breit über den Einfluss und die Wirkungen von Öffentlichkeit und (sozialen) Medien debattiert. Zu lernen ist daraus, dass Journalismusforschung dann gesellschaftlich relevant sein kann, wenn sie mit Themen verknüpft ist. Themen sind schließlich der Kern von Kommunikation. Deren Fremdreferenz, die Organisation des Gedächtnisses der Kommunikation, die Bündelung von Beiträgen zu zusammengehörigen Komplexen, all das ist in Themen organisiert, nicht in Medien. Themen sind vor allem dann von kommunikativer Relevanz, wenn sie zwischen den verschiedenen Agenden strukturell gekoppelt sind mit den gesellschaftsweiten Themen (Altmeppen & Evers, 2020).

Medien, Plattformen und Öffentlichkeiten allein reichen nicht als Thema, um Bedeutung im öffentlichen Diskurs zu erlangen. Relevanz entsteht erst durch deren Kombination mit den Themen, die gesellschaftlich drängend sind. Nicht die abstrakte Antwort auf die Frage, inwieweit Medien und Plattformen demokratische Funktionen erfüllen oder einschränken ist öffentlich interessant und relevant, sehr wohl aber die Antwort darauf, ob und wie Medien und Plattformen vor dem Hintergrund dieser Frage in der Gesundheitskrise durch das neue Coronavirus agieren. Diese Relevanz zu erlangen sollte ein gesellschaftspolitischer Anspruch des Faches und seiner Vertreter_innen sein.

3. Den (links-)liberalen Konsens hinterfragen

Was machen die Wissenschaften in Deutschland eigentlich, wenn der erste AfD-Politiker Wissenschaftsminister geworden ist? Was macht die Kommunikationswissenschaft, was die Journalismusforschung dann? Auch Anja Karliczek, die Bundesbildungsministerin, macht ja hie und da Cliquenpolitik, etwa bei der Batterieforschung (SZ 2019a), aber sie bewegt sich auf ansonsten sehr traditionellem politischem Boden der Wissenschaftspolitik.

Das tut die AfD ausweislich ihrer Programme nicht, sie will eine andere, nationalautoritäre statt liberale Ordnung der Kultur- und Wissenschaftspolitik. Daher und aufgrund der zunehmenden Etablierung der AfD in der Politik ist die Frage nicht ohne Bangen zu stellen, was Journalist_innen und Wissenschaftler_innen in Deutschland machen werden, wenn AfD-Politiker (Maskulinum, ohne generisch) Kultur- und Wissenschaftsminister werden? Deren Partei-programm zeigt die Richtung an: Genderwissenschaft abschaffen, Rundfunkbeitrag ebenso, Kunst- und Religionsfreiheit beschränken: Wie die AfD Kulturgleichschaltung definiert, das dokumentiert die SZ eindrucksvoll in einem Dossier über die Maßnahmen von AfD-Politiker_innen zur Einschüchterung der Kulturschaffenden. Ich sage bewusst Gleichschaltung, denn die Strukturen ähneln sich (SZ 2019b).

Die Wissenschafts- und Kultureliten haben sich in den letzten Jahrzehnten eingerichtet in einem kommerziellen System der Wohlfühlgesellschaft. Sie pflegen den liberalen bis linksliberalen Duktus und können sich nicht vorstellen, dass es offensichtlich auch andere Gesellschaftsformationen gibt, in denen die gewohnten Freiheiten anders definiert werden. Es

© Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Digitale Gesellschaftsrelevanz. Herausforderungen der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 9-20. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70814.

ist höchst fraglich, ob Journalist_innen und Wissenschaftler_innen, wenn sie sich zu diesen Themen äußern müssen, in der Lage und vorbereitet sind auf die Debatten.

Dies wird umso schwieriger, wenn das, was die Journalistik auch tun sollte, den Journalismus kritisch zu begleiten, von genau denen instrumentalisiert wird, die den Journalismus gleichschalten wollen. Eine jüngere Studie aus Oxford „Old, Educated, and Politically Diverse" enthält auch einen Teil darüber, ob die öffentlich-rechtlichen Medien das Publikum in der politischen Bandbreite ansprechen. In Deutschland schlägt das Pendel leicht nach links aus (Schulz, Levy & Kleis Nielsen, 2019). Die NZZ (in den letzten Jahren politisch rechts gewendet) macht daraus am 13.9.2019 folgende Überschrift: „Schlechtes Zeugnis für ARD und ZDF. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland hat ein linkes Publikum." So liefert eine empirische Studie aus einem renommierten Institut bestes Argumentationsfutter für die Institutionen des autoritären Nationalismus oder Nationalradikalismus (Heitmeyer 2018).

Die Zeiten für Journalismusforscher_innen werden schwieriger und ungemütlicher, wenn sie als Kritiker_innen des Journalismus oder von Medien argumentieren und dann plötzlich als Kronzeugen benannt werden in den Argumentationsmustern rechter Bewegungen und Institutionen.

4. Internationalisierung: Warum?

Das Beispiel der Reuters Institute-Studie ist auch ein sehr brauchbares Beispiel für die Internationalisierung der Journalistik und der Journalismusforschung. Brauchbar im doppelten Sinne: Es verdeutlicht die Notwendigkeit und den Mehrwert vergleichender Forschung und es zeigt, wie kultursensibel Themen der vergleichenden Forschung bearbeitet werden sollten, ansonsten schlägt der Vorteil schnell in einen Nachteil um. Derartige internationale Kooperationen sind geeignete Beispiele, um Internationalisierung zu legitimieren.

Diese Legitimation ist allerdings nicht per se gegeben bei dem, was gemeinhin zur Internationalisierung der Kommunikationswissenschaft gezählt wird. Da muss danach gefragt werden, zu welchem Zwecke und aus welchen Gründen Internationalisierung betrieben wird. Nicht unbedingt sind die hehren wissenschaftlichen Zwecke (Erkenntnis, Erfahrung, gemeinsame Forschung) erkennbar, wie in den Fällen, wenn Forscher_innen aus unterschiedlichen Ländern ein Phänomen grenzüberschreitend untersuchen. Stattdessen ist vielmehr eine zweckgebundene Instrumentalisierung zu konstatieren: zum Zwecke der Karriere, weil Internationalisierung zur Norm erkoren wurde; zum Zwecke der kumulativen Promotion, weil Veröffentlichungen in internationalen Zeitschriften vorgeschrieben werden; zum Zwecke der Rankingpunkte, die als Bewertungsmaßstab eingeführt wurden.

Über diese Gründe hinaus kann ich nicht erkennen, wo der Mehrwert der Internationalisierung liegt. Dieser Wert würde doch darin liegen, dass tatsächlich gemeinsame Forschungs- und Publikationsprojekte von Forscher_innen aus unterschiedlichen Kulturen erkennbar sind. Bis auf wenige Ausnahmen (z.B. Hanitzsch, Hanusch, Ramaprasad, & de Beer S, 2019; Löffelholz & Weaver, 2008; Altmeppen, Hollifield & van Loon, 2017; García-Avilés, Kaltenbrunner & Meier, 2014) ist dies in der Journalismusforschung nicht der Fall. Daher erscheint die Internationalisierung wie eine Einbahnstraße. Nicht nur unterwerfen sich alle Beteiligten dem Diktat des Englischen (bei Vorträgen, Aufsätzen, Zitationen), nicht nur unterjocht sich Studies in Communication and Media dem Oktroi, ein affiliate journal der ICA zu sein, es ist im Gegenzug auch keinerlei Bemühen der Wissenschaftler_innen anderer Nationen und Kulturen zu entdecken, zumindest soviel Deutsch zu erlernen, um diese Wissenschaftskultur zu verstehen und ihre Kategorien, Begriffe und Theorien zumindest ansatzweise zu kennen.

Die Folge ist eine sehr einseitige System- wie Sozialintegration des deutschen Wissenschaftsbetriebs in denjenigen englischsprachiger Regionen, die nicht von Akkulturation geprägt ist, sondern zwischen Segmentation und Marginalität changiert: Konferenzen und Publikationen auch in Deutschland auf Englisch, amerikanische Regeln der Abfassung und Zitation von Beiträgen, die Orientierung der Forschungsthemen an die internationale Vermarktung, die Klassifizierung von wissenschaftlichen Zeitschriften in fragwürdige Rankings und unter dem Strich die Preisgabe eigenständiger Theorieentwicklung und eigener kultureller Praktiken, all das führt nicht zur Integration, sondern dazu, dass die Beiträger_innen weder in der Herkunfts- noch in der Aufnahmegesellschaft richtig integriert sind. Der eher verheerende ökologische Fußabdruck des

© Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Digitale Gesellschaftsrelevanz. Herausforderungen der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 9-20. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70814.

Wissenschaftstourismus trägt auch nicht zu einer gesellschaftsweiten Relevanz bei.

5. Kommunikator_innenforschung wiederbeleben

Was tun angesichts all dieser Zustandsbeschreibungen? Mir scheint, dass es nützlich und sinnvoll sein könnte, die Kommunikator_innenforschung wieder zu beleben. In den 1980er-Jahren war dies das begriffliche Dach für die Erforschung von Journalismus und PR, von Kommunikator_innen eben. Später kamen die Felder Unterhaltung und Werbung hinzu, wenn auch mit deutlich weniger intensiver Beschäftigung in der wissenschaftlichen Forschung.

Die Kommunikator_innenforschung hat sich mit vielen Kontexten rund um Kommunikator_innen beschäftigt, mit Technologien, mit Berufen und Arbeit, mit Einstellungen und Vorstellungen, mit Produkten und Produktionsprozessen. Sie war ebenso deskriptiv und theoretisch, ebenso analytisch wie empirisch (dokumentiert in den Arbeiten von Siegfried Weischenberg 1992, 1995, 2014). Es ist Teil einer um sich greifenden disziplinären Geschichtsvergessenheit, dass in so vielen Publikationen der Journalismusforschung offenbar die Meinung vorherrscht, Journalismusforschung beginne mit der gesellschaftlichen Totaldigitalisierung, auf jeden Fall frühestens 2010. Wer daran zweifelt, möge sich die Literaturverzeichnisse der aktuellen Aufsätze ansehen, die Ergebnisse der Journalismusforschung präsentieren. Dort finden sich nur bruchstückhaft Bezüge zu einer Journalismusforschung, die mehr als zehn Jahre alt ist. Damit werden neue zentral wichtige Forschungsfelder erschlossen, die sich im Zuge der digitalen Durchdringung des medialen Handlungsfeldes und der Dominanz der digitalen Plattformen herausgebildet haben. Allerdings bleibt auch der Eindruck hängen, dass so manches Mal auf tote Pferde geschossen wird, etwa mit der zigsten Studie zu journalistischer Qualität, die empirisch sauber, aber theoretisch inhaltsleer daherkommen.

Andere Aufhänger dagegen greift die Journalismusforschung kaum auf, etwa Untersuchungen zur Entgrenzung des Journalist_innenberufes. Wurden Entgrenzungen früher zwischen Journalismus, PR, Werbung und Unterhaltung gesehen, drängen aktuell Content-Producer_innen und Social-Media-Manager_innen in das Berufsfeld, weil vielerorts journalistisch gearbeitet oder mindestens ein derartiger Anspruch erhoben wird. Cathy Hummels, Influencerin auf Instagram, hat soeben einen Gerichtsprozess über Schleichwerbung gewonnen, dessen Begründung sie, so ihre nicht falsche Deutung der Aussagen des Gerichtes, presserechtlich nutzen konnte: „Mein Account ist genau wie eine Frauenzeitschrift mit all ihren Facetten."

Influencer_innen und Content_Marketingschaffende als Journalist_innen? Da wäre Aufräumarbeit zu leisten für eine Kommunikator_innenforschung, deren Ziel darin besteht und die sich damit beschäftigen will, wo, wie und unter welchen Umständen Journalismus entsteht – und wo nicht. Da liegt ein Feld brach, das mit Theorie- und Begriffsarbeit beackert werden kann, um zu klären, wer zu den Kommunikator_innen in der Gesellschaft zählt und wo unter diesen tatsächlich noch Journalist_innen zu finden sind.

Die in der Praxis existierenden Möglichkeiten und Grenzen des Journalismus liegen gleichermaßen im medialen Handlungsfeld wie in dem der Plattformen und (a)sozialen Netzwerken, denn Journalismus kann auf digitalen Plattformen stattfinden. Aber digitale Plattformen sind deshalb nicht automatisch Medien. Den notwendigen Differenzierungen zwischen Journalismus und seinen Distributionskanälen, zwischen den Formen kommunikativer Arbeit und ihren Interessen und Machtkonstellationen sollte mehr forschende Aufmerksamkeit gewidmet werden. Nur dann kann gesellschaftliche Aufklärung gelingen, die sagt: Der Kern des Journalismus ist: Journalismus!

Dabei spielen digitale Technologien eine entscheidende Rolle. Sie sind aber weder die Ursache noch die Lösung der aktuellen Probleme des Journalismus. Diese liegen viel mehr in seinen basalen Strukturen der Abhängigkeit, insbesondere der finanziellen, von Organisationen, die bereit sind, Journalismus zu finanzieren. Die klassischen Medienunternehmen sind das immer weniger, die digitalen Plattformen wollen diese Rolle nicht. Die finanzielle Abhängigkeit wird sich auch mit den diskutierten neuen Formen der Monetarisierung nicht ändern, denn auch Stiftungen und gemeinnützig agierende Institutionen haben Interessen und kontrollieren Finanzströme. Und auch sie werden dem Faszinosum der Digitalisierung erliegen, sie werden digitale Strukturen fördern, sie werden das Publikum in den Mittelpunkt stellen und sie werden die digitalen Plattformen weiter mystifizieren. Was auch diese

© Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Digitale Gesellschaftsrelevanz. Herausforderungen der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 9-20. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70814.

Förderinstitutionen nicht akzeptieren werden: Der Kern des Journalismus ist analog. Für das, was der Journalismus leisten soll in der Gesellschaft, beobachten, selektieren, recherchieren, präsentieren, um Information, Kritik und Kontrolle zu gewährleisten, dafür braucht es keine digitalen Technologien. Um eine funktionale Stärkung des Journalismus in der Gesellschaft zu erreichen, hilft nur Qualifizierung, nicht Digitalisierung.

Nachtrag

In der Diskussion dieser Thesen kam vehement der Vorwurf des Dogmatismus, insbesondere hinsichtlich der These zu den Themen der Journalismusforschung. Der Kern des Vorwurfes: Diese These ziele darauf ab, Journalismusforscher_innen vorzuschreiben, welche Themen sie zu erforschen hätten. Das aber sei mit den Regeln der Wissenschaftsfreiheit nicht zu vereinbaren. Ich bin nun weder der Ansicht, dass meine These unbezweifelbar richtig ist und gewiss ist sie auch nicht jenseits jeglicher Kritik. Insofern freue ich mich über skeptische Haltungen gegenüber meiner wie gegenüber jedweder wissenschaftlichen Aussage.

Ich halte allerdings an der These fest, denn für mich spiegelt die Diskussion kein dogmatisches Problem wieder, sondern eines von Normen. Offensichtlich, und erfreulicherweise, gibt es über die normative Ordnung, also den Zusammenhang verschiedener Normen, die sich auf den gleichen Ausgangspunkt, in diesem Fall denjenigen der Journalistik, zurückführen lassen, unterschiedliche Auffassungen. Eine Reflektion darüber findet aber selten statt (zu den wenigen Ausnahmen: Rothenberger & Auer, 2013). In den Jahrzehnten seit der Revitalisierung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung durch Martin Löffelholz 1996 lässt sich anhand der Jahrestagungen erkennen, dass manche Themen (Theorie, Empirie, Methoden) wiederkehren, andere neu sind (Rothenberger & Auer, 2013). Was mit der Eichstätter Tagung 2019 erstmalig nach langer Zeit thematisiert wurde ist die Stellung der Forschung zum Journalismus in der Gesellschaft. Angesichts der gesamtgesellschaftlichen Umbrüche und des komplex miteinander verflochtenen Medien- und Gesellschaftswandels ist es gewiss höchste Zeit, die Beobachter_innen dabei zu beobachten, wie und was sie beobachten, und dies dann auch zu bewerten.

Beobachtungen zweiter Ordnung dienen dann dazu, Diskurse darüber zu führen, welche Normen in welcher Form Gültigkeit beanspruchen sollen und können. Normen im Feld der Wissenschaft werden ebenso wie Normen in anderen Gesellschaftsfeldern selten einfach gesetzt (substanzielle Normen), sondern regelhaft durch diskursive Aushandlungsprozesse in öffentlichen Räumen prozedural geschaffen (Münkler & Bluhm, 2001, S. 18). Dies ist schon allein deshalb notwendig, weil Normen zeitlich, sachlich und sozial an bestimmte Kontexte gebunden sind und weil sie sich verändern und verändern müssen (Möllers, 2018, S. 19).

Wissenschaftsfreiheit als Norm trifft in digitalen Gesellschaften auf die Sollenserwartung, dass die Journalistik nicht nur in der und für die Gesellschaft forscht, sondern diese Forschung auch reflektiert und (individuelle wie gesellschaftliche) Verantwortung übernimmt für die Art und Weise, Wissenschaft zu betreiben. Das Diktum der Wissenschaftsfreiheit ist unbestritten und überdauernd, die normative Forderung nach Verantwortung ist eine neuere Erscheinung im Wissenschaftssystem. Der Normenkonflikt, Wissenschaftsfreiheit vs. Verantwortung, markiert Unterschiede und Gemeinsamkeiten, die sich normativ in den sozialen Praktiken wissenschaftlichen Handelns niederschlagen, in Praktiken wie der Diskussion von Thesen auf Konferenzen. Nur so können sich (wissenschaftliche) Gemeinschaften über die eigene Realität Rechenschaft abgeben, sich wenn nötig von ihr distanzieren, um zu Veränderungen zu kommen (Möllers, 2018, S. 15). Verantwortung im Wissenschaftssystem scheint ein eher schwieriges Terrain zu bilden, wie zurückliegende Diskussionen in der Kommunikationswissenschaft zeigen (Stöber, 2015). Dazu ein paar abschließende Gedanken.

Verantwortung

Verantwortung ist im Wissenschaftssystem eher Gegenstand der Forschung als Teil sozialer Praxis. Das resultiert wohl auch daraus, dass der Begriff häufig als hohle Floskel genutzt wird und Verantwortlichkeiten sehr komplexe Gegenstände sind. So zeichnet sich Verantwortung grundsätzlich dadurch aus, dass sie nur als ein Sozialverhältnis konstituiert werden kann, für das je nach Verantwortungsbereich spezifische Bedingungen und Rechtsverhältnisse vorliegen. Verantwortung kann nur wahrgenommen und sanktioniert werden kann, wenn „institutionell

© Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Digitale Gesellschaftsrelevanz. Herausforderungen der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 9-20. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70814.

geprägte und normativ […] gesicherte Wahrnehmungsmuster und Zurechnungskonstrukte zur Verfügung" gestellt werden, die es ermöglichen, „eine verantwortliche Person oder ein zuständiges Kollektivum ausfindig zu machen" (Bühl, 1998, S. 16).

Für die einzelne Wissenschaftlerin und den einzelnen Wissenschaftler bedeutet das „das Einstehen eines Akteurs für die Folgen seiner Handlungen in Relation zu einer geltenden Norm." (Heidbrink 2016, 5) Das sollte ohne Einschränkung der Wissenschaftsfreiheit – im Grunde unter Berufung auf diese Freiheit – problemlos möglich sein, es impliziert aber ebenso, sich mit Widerspruch, Kritik und divergenten Einstellungen auseinandersetzen zu müssen. Als zuständiges Kollektiv sind neben anderen die Fachgesellschaften und ihre Gruppen und Sektionen die Institutionen, die den Korridor der Normen diskutieren und formulieren.

Ein Problem liegt darin, dass die Wahrnehmungsmuster und Zurechnungskonstrukte sich in erster Linie auf diejenigen Wahrnehmungspraxen beziehen, die durch öffentliche Kommunikation hergestellt werden. Verantwortung wird in der öffentlichen Kommunikation mit der Trias von Attributionssender_in, -gegenstand und -adressat_in erfasst (Gerhards, Offerhaus & Roose, 2007). Zuschreibung ist jedoch nur die eine Seite des Kontextes von Verantwortung. Mit Attribuierung von Verantwortung wird keine Aussage darüber getroffen, ob ein Verantwortungsträger tatsächlich verantwortlich handelt. Dafür notwendig ist ein erweiterter Verantwortungsbegriff (Altmeppen, Brakelmann & Drössler, 2020), der auf mehrstellige Relationen zurückgreift, die den normativen Kontext einbeziehen: „Ein Subjekt oder ein_e Träger_in (Wer?) ist verantwortlich für ein Objekt oder einen Gegenstand (Wofür?) vor einer Instanz (Wovor?) gegenüber einem Adressaten bzw. einer Adressatin (Warum?) auf der Grundlage normativer Kriterien (Inwiefern?)" (Loh, 2017, S. 39; Bracker, 2017, S. 51). Die Coronakrise hat die Mechanismen von verantwortlichem Handeln und Verantwortungszuschreibung aktuell sehr deutlich gemacht: Als die öffentliche Diskussion sich darum drehte, ob Virolog_innen oder Politiker_innen für die Folgen der Beschränkungen verantwortlich zu machen sind, ging es um verantwortliches Handeln. Das gestiegene Ansehen der Wissenschaft in der Einschätzung der Bevölkerung dagegen ist eine Attributionsleistung, mit der keine Aussagen darüber gemacht werden, ob tatsächlich verantwortlich gehandelt wurde.

Da Verantwortung und deren Beurteilung in hohem Maße auf öffentlicher Kommunikation beruht, hat sie für Kommunikationswissenschaftler_innen eine doppelte, reflexive Bedeutung: Sie ist gleichsam Forschungsgegenstand und Norm des eigenen Handelns. Das schafft besondere Referenz-bedingungen für eine angemessene Verantwortungskultur (Jarren 2019). Deren Praktiken gehen über die Regeln guten wissenschaftlichen Arbeitens hinaus, sie erstrecken sich auf umfassendere Normen. Folgt man Merton (1985), sind das Universalismus, Kommunalismus, Uneigennützigkeit und Skeptizismus. Diese Normen allerdings sind eher grobe Dimensionen, die für eine Bewertung verantwortlichen Handelns eher ungeeignet sind (s. Tabelle 1).

Tabelle 1: Verantwortungsrelationen der Wissenschaft (Quelle: Eigene Darstellung)

Wer?	Warum?	Wofür?	Wovor?
Wissenschaftsgemeinde	Universalismus	Wahrheit	Gesellschaft, Wissenschaft
Wissenschaftsgemeinde	Kommunalismus	Erkenntnis und Eigentum	Gesellschaft, Wissenschaft
Wissenschaftsgemeinde	Uneigennützigkeit	Interesse	Gesellschaft, Wissenschaft
Wissenschaftsgemeinde	Skeptizismus, organisiert	Kritik	Wissenschaftsinstitutionen

In einer praktikableren Sicht können Ebenen von Normativität in der Kommunikationswissenschaft, und damit auch in der Teildisziplin Journalistik, auf drei Bereiche des Forschungsprozesses bezogen werden (Averbeck-Lietz, 2021): Sie können sich beziehen auf empirisch objekt-bezogene Phänomene (Normen/Leitbilder im Journalismus/von Journalist_innen als Untersuchungsgegenstand der Journalistik), auf theoretisch konstruktivistische Phänomene (Journalistik entwickelt oder verstärkt Normen/Leitbilder des Journalismus) und auf metatheoretische Phänomene. Bei metatheoretischen Normen sind Journalismusforscher_innen geprägt durch gesellschaftliche Normen und Werte sowie Normen des (allgemeinen) wissenschaftlichen Handelns. In diesem Zusammenhang sind Normen und Leitbilder der Journalistik Untersuchungsgegenstand metatheoretischer Studien.

© Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Digitale Gesellschaftsrelevanz. Herausforderungen der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 9-20. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70814.

Die Selbstverständigung und die (kritische) Reflektion normativer Journalistik ist auf allen drei Ebenen gesellschaftlicher Strukturierung (s. die Beiträge in Quandt & Scheufele, 2011 sowie für die Journalistik Rothenberger & Auer, 2013, S. 26-27) vonnöten (s. Tabelle 2). Im teilsystemischen Orientierungshorizont (Makroebene, das Sollen) wird die normative Ordnung der Journalistik davon geleitet, welche Normen und Werte im gesamten Wissenschaftssystem gelten (Wahrheit, Kriterien guter Wissenschaft), auf der Mesoebene (das Wollen) institutioneller Ordnungen wirken die Normstrukturen der Fachgesellschaft, der Universitäten und der Journalistikinstitute, die Akteur_Innen (Mikroebene) entscheiden individuell in ihrem wissenschaftlichen Handeln über den normativen Charakter ihrer Arbeit. Innerhalb dieser Bandbreiten normativer Ordnungen der Journalistik haben dogmatische Positionen kaum eine Chance, wenn die Normen in öffentlicher Diskussion verhandelt werden.

Tabelle 2: Verantwortungsrelationen der Journalistik (Quelle: Eigene Darstellung)

Wer?	Wofür?	Warum?	Wovor?
Teildisziplin Journalistik	Wahrheit	Orientierungshorizont Wissenschaft	Gesellschaft, Wissenschaft
Institute, Studiengänge Journalistik	Lehre, Forschung	Institutionelle Ordnung (Leitbilder, Fachgesellschaft, Fachgruppen, ...)	DGPuK, Fachgruppe, Journalismus
Journalismusforscher_innen	Interesse, Thema, wissenschaftliches Arbeiten	Legitimation	Gesellschaft, Wissenschaft, Journalismus

Die Verantwortungsrelationen schaffen spezifische Verhältnisse bei den Kategorien, die verantwortliches Handeln nachzeichnen lassen. So ist die Journalistik als wissenschaftliche Disziplin gefragt, wenn es darum geht offen zu legen, wofür sie verantwortlich ist und wem gegenüber. Die eher abstrakten Norm der Wahrheit wird auf der Mesoebene durch die Konkretisierung auf Forschung und Lehre und die diskursive Aushandlung von Normen durch vielfältige Institutionen des Wissenschaftsbetriebs konkretisiert. Diese Normen bilden den Kontext für das individuelle Handeln von Wissenschaftler_innen, die darüber hinaus für sich selbst festlegen müssen, welchen Werten und Normen sie in ihrer Arbeit folgen. All diese Normativitätsebenen umfassen Normen, die bei der Formulierung von Forschungsfragen und bei der Bewertung von Forschungsergebnissen gelten und sie beinhalten Normen bei der Themenwahl (Karmasin, Rath & Thomaß, 2013, S. 475). In Bezug auf den Vorwurf, ich würde dogmatisch fordern, dass die Forschungsthemen der Journalistik extern und verbindlich festzulegen seien, antworte ich: Nein, das fordere ich nicht. Aber, ja, ich plädiere dafür, die Verantwortung von Sozialwissenschaften ernst zu nehmen im Hinblick darauf, dass sie gesellschaftsrelevant sein sollten. Das kann durchaus bedeuten, dass gesellschaftsrelevante Themen eine größere Rolle spielen sollten in der Journalistik, und dass sie aktiver und drängender darüber debattieren muss, welche Themen das sind. In digitalen Zeiten ist die Digitalisierung sicherlich ein relevantes Thema, aber offensichtlich nicht als Thema an sich, sondern in der Kombination mit den Problemen, die sich gesellschaftlich auftürmen. Daneben gibt es unzählige Themen, denen sich Journalismusforscher_innen aus individuellem Interesse zuwenden können, allerdings auch sie nicht, ohne die Legitimität ihres Tuns kritisch betrachten zu lassen, also nicht ohne Verantwortung für die Themenwahl zu übernehmen.

Literatur

Altmeppen, K.-D. (2018): Mitreden, einmischen, verantworten. Gedanken zu den Praktiken der Gesellschaftswissenschaften. In A. Gemeinhardt (Hg.). Die Praxis der Gesellschaftswissenschaften. 30 Jahre Schader-Stiftung. Darmstadt: Schader-Stiftung, S. 198-203.

Altmeppen, K.-D., Brakelmann, H., Drössler, K. (2020). Verantwortung durch Nichtberichterstattung. Ein medienethisches Reizthema. Communicatio Socialis 53(1), S. 80-96.

Altmeppen, K.-D., Evers, T. (2020). Worum geht es? Die Bedeutung von Themen für den Strukturwandel der (digitalen) Öffentlichkeiten. In M. Eisenegger, R. Blum, P. Ettinger, & M. Prinzing (Hg.). Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen. Wiesbaden, Springer (im Erscheinen).

Altmeppen, K.-D., Hollifield, C. Ann, & van Loon, Joost (eds.) (2017). Value-Oriented Media Management. Decision Making Between Profit and Responsibility. Cham: Springer International Publishing.

Averbeck-Lietz, S. (2021). Theorien in der Kommunikationswissenschaft. In K.-D. Altmeppen, E. Klaus, & U. Röttger (Hg.). Einführung in die

© Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Digitale Gesellschaftsrelevanz. Herausforderungen der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 9-20. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70814.

Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden, Springer (im Erscheinen).

Beck, K. (2018). Das Mediensystem Deutschlands. Strukturen, Märkte, Regulierung. 2., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wiesbaden: Springer VS.

Bracker, I. (2017). Verantwortung von Medienunternehmen: Selbstbild und Fremdwahrnehmung in der öffentlichen Kommunikation. Baden-Baden: Nomos.

Bühl, W. L. (1998). Verantwortung für soziale Systeme. Klett-Cotta, Stuttgart.

García-Avilés, J., Kaltenbrunner, A., & Meier, K. (2014). Media Convergence Revisited, Journalism Practice, 8(5), S. 573-584.

Gerhards, J., Offerhaus, A. & Roose, J. (2007). Die öffentliche Zuschreibung von Verantwortung. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologe, 59(1), S. 105-124.

Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J., & de Beer, A. S. (Eds.) (2019). Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the Globe. New York: Columbia University Press.

Heidbrink, L. (2017). Definitionen und Voraussetzungen der Verantwortung. In L. Heidbrink, C. Langbehn, & J. Loh (Hg.). Handbuch Verantwortung. Wiesbaden: Springer, S. 3-34.

Heitmeyer, W. (2018). Autoritäre Versuchungen. Signaturen der Bedrohung 1. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Jaeggi, R., & Wesche, T. (2009). Was ist Kritik? Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Jarren, O. (2019). Kommunikationsnormen für die digitale Kommunikationsgesellschaft. Kommunikationspolitik als Ansatz zur Etablierung einer neuen Verantwortungskultur. Medien Journal 43(4): S. 63-79.

Karmasin, M, Rath, M., & Thomaß, B. (2013). Normativität in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer VS.

Klaus, E. (2017). Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Selbstverständigungsprozess und das Drei-Ebenen-Modell von Öffentlichkeit. Rückblick und Ausblick. In E. Klaus, & R. Drüeke, Ricarda (Hg.). Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde. Bielefeld: transcript Verlag, S. 17-38.

Löffelholz, M., & Weaver, D. (eds.) (2008). Global Journalism Research. Theories, Methods, Findings, Future. Malden: Blackwell Publishing.

Loh, J. (2017). Strukturen und Relata der Verantwortung. In L. Heidbrink, C. Langbehn, & J Loh (Hg.). Handbuch Verantwortung. Wiesbaden: Springer VS, S. 35-56.

Maurer, M., & Reinemann, C. (2006). Medieninhalte. Eine Einführung. VS Wiesbaden.

Merton, R. K. (1985). Die Normative Struktur von Wissenschaft. Entwicklung und Wandel von Forschungsinteressen. Aufsätze zur Wissenschaftssoziologie. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Mills, C. W. (1973). Kritik der soziologischen Denkweise. Darmstadt und Neuwied: Luchterhand. (zuerst 1959, Oxford University Press).

Möllers, C. (2018). Die Möglichkeit der Normen. Über eine Praxis jenseits von Moralität und Kausalität. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Münkler, H., & Bluhm, H. (2001). Einleitung: Gemeinwohl und Gemeinsinn als politisch-soziale Leitbegriffe. In dies. (Hg.): Gemeinwohl und Gemeinsinn. Historische Semantiken politischer Leitbegriffe. Berlin: S. 9-30.

Quandt, T., & Scheufele, B. (Hg.) (2011). Ebenen der Kommunikation. Mikro-Meso-Makro-Links in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Rothenberger, L., & Auer, C. (2013). Normativität in der Kommunikatorforschung: Journalistik. In M. Karmasin, M. Rath, & B. Thomaß (Hg.). Normativität in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden, Springer VS: S. 19-48.

Saxer, U. (1997). Medien als problemschaffende und problemlösende Systeme: Zur Notwendigkeit der Annäherung der Medienforschung an ihren Gegenstand. Publizistik 42(1), S. 73-82.

© Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Digitale Gesellschaftsrelevanz. Herausforderungen der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 9-20. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70814.

Schulz, A., Levy, D. A. L., & Kleis Nielsen, R. (2019). Old, Educated, and Politically Diverse: The Audience of Public Service News. Reuters Institute, Oxford.

Schütz, A., Luckmann, T. (1988). Strukturen der Lebenswelt, Bd. 1. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Selke, S. (2015). Öffentliche Soziologie als Komplizenschaft. Vom disziplinären Bunker zum dialogischen Gesellschaftslabor. Zeitschrift für Theoretische Soziologie 4(1), S. 179-207.

Steindl, N., Lauerer, C., & Hanitzsch, T. (2017). Journalismus in Deutschland. Aktuelle Befunde zu Kontinuität und Wandel im deutschen Journalismus. Publizistik 62(1), S. 401-423.

Stöber, R. (2015). Kritik der Ethik – Ethik der Kritik. Anmerkungen zur Moral in der Wissenschaft und zum Ethik-Kodex der DGPuK. M&K 63(4), S. 576-589.

SZ 2019a: Chronologie der Batterieaffäre. https://www.sueddeutsche.de/politik/karliczek-muenster-forschungszentrum-1.4651230, 23.10.2019.

SZ 2019b: Druck von rechts. https://www.sueddeutsche.de/kultur/afd-kulturpolitik-rechtsextremismus-gewalt-1.4578106, 27.08.2019.

Weischenberg, S. (1992). Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Bd. 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen: Westdeutscher Verlag (2. überarbeitete und aktualisierte Auflage 1998. 3. Auflage 2004).

Weischenberg, S. (1995). Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Bd. 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (Nachdruck 2002).

Weischenberg, S. (2014). Max Weber und die Vermessung der Medienwelt. Empirie und Ethik des Journalismus – eine Spurenlese. Wiesbaden: Springer VS.

Weischenberg, S., Malik, M., Scholl, A. (2006). Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die deutschen Journalisten. Konstanz: UVK.

© Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Digitale Gesellschaftsrelevanz. Herausforderungen der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 9-20. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70814.

Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung

Andreas Hepp; Wiebke Loosen

ZeMKI, Universität Bremen; Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI)

Zusammenfassung

Der Journalismus ist ebenso wie die Journalismusforschung mit den Trends einer tiefgreifenden Mediatisierung konfrontiert: die fortschreitende Differenzierung, Konnektivität und Omnipräsenz digitaler Medien sowie die Beschleunigung der Innovationszyklen bei der Technologieentwicklung und die mit digitalen Medien verbundene Datafizierung aller Lebensbereiche. Im Zuge dieser Entwicklungen hat die Journalismusforschung in den letzten Jahrzehnten zunehmend ihr Sichtfeld erweitert, sich etwa im Hinblick auf die sie interessierenden Akteur:innen, Praktiken und Organisationstypen neu justiert und sich theoretisch sowie forschungspraktisch gegenüber anderen Disziplinen und Methoden geöffnet bzw. ist von diesen „entdeckt" worden. Vor diesem Hintergrund und ausgehend von Beispielen aus unserer gemeinsamen Forschung argumentieren wir, dass eine Neujustierung der Journalismusforschung mit einer holistischen Perspektive verbunden sein sollte: in der Feldbeobachtung, der Forschungspraxis und bei der Theorieentwicklung.

Keywords: Journalismuswandel, Mediatisierung, Pionierjournalismus, Feldbeobachtung, Forschungspraxis,

© Andreas Hepp; Wiebke Loosen (2020). Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 21-33. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70816.

Summary

Journalism, just like journalism research, is confronted with trends related to the processes of deep mediatization: the increasing differentiation, connectivity, and omnipresence of digital media, the rapid pace of innovation, and the seemingly unstoppable rise of the datafication of everyday life. In the course of these developments, journalism research has had to broaden its scope over the years, particularly in terms of the actors, practices and types of organization that are affected by present conditions. Both theoretically and practically, journalism research has opened up to other disciplines and methods and at the same time has been "discovered" by those other disciplines. Against this background and based on examples from our joint research, we argue that a readjustment of journalism research should be combined with a holistic perspective: in field observation, research practice and theory development.

© Andreas Hepp; Wiebke Loosen (2020). Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 21-33. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70816.

1. Einleitung

Mit der Transformation des Journalismus in einer sich wandelnden Medienumgebung ist sowohl das reflexive Verhältnis von Medien- und Journalismuswandel benannt als auch auf eine Art das Forschungsprogramm, das die Journalismusforschung seit nunmehr nahezu dreißig Jahren beschäftigt. Dabei ist sie — ebenso wie das Feld selbst — durch die Trends der „tiefgreifenden Mediatisierung" (Hepp, 2020b: 40-52) herausgefordert, mit denen sich der aktuelle Medienwandel charakterisieren lässt: die fortschreitende *Differenzierung* digitaler Medien, ihre zunehmende *Konnektivität* über die Infrastruktur des Internets, die sich verstärkende *Onmipräsenz* von Medien durch Mobilkommunikation, die Beschleunigung der *Innovationszyklen* bei der Technologieentwicklung sowie die mit heutigen digitalen Medien verbundene *Datafizierung* aller Bereiche des sozialen Lebens durch Algorithmen und Software.

Für den Journalismus bedeutet dies ein Operieren in und unter gewandelten gesellschaftlichen Medien- und Kommunikationsverhältnissen und damit Veränderungen auf allen Ebenen journalistischer Aussagenentstehung: der journalistischen Beobachtung der sozialen Welt, der Produktion und Distribution journalistischer Inhalte sowie der Nutzung und Aneignung durch ein Publikum. Damit verbunden ist aber auch eine zunehmende Verschiebung dessen, was überhaupt als das Feld des Journalismus zu charakterisieren ist, denn mit den oben genannten Trends ist verbunden, dass verstärkt Akteur:innen journalistische Praktiken realisieren und journalistische Leistungen erbringen, die aus der Definition fallen, die in der Journalismusforschung klassischerweise für „Journalistinnen und Journalisten" gilt. Seit vielen Jahren wird diese Entwicklung auch als *Entgrenzung* des Journalismus beschrieben (Loosen & Scholl, 2002; Neuberger, 2004; Loosen, 2005; Pörksen, B. & Scholl, 2011).

All dies macht deutlich, dass eine Neujustierung der Journalismusforschung vor allem etwas damit zu tun hat, was diese für sich als relevante Gegenstände und Fragestellungen identifiziert und wie – also mit welchen Theorien und Methoden – sie diese bearbeitet. Wir nehmen in diesem Beitrag daher Elemente einer Neujustierung der Journalismusforschung aus drei Perspektiven in den Blick: der Feldbeobachtung, der Forschungspraxis und der Theorieentwicklung. Die Betonung liegt hierbei explizit auf *Elementen* einer Neujustierung, weil es *die* Journalismusforschung im Singular ebenso wenig gibt wie *den* Journalismus.

Der Großteil der Argumente, die wir im Folgenden entwickeln, ist im Zuge unserer eigenen Forschungspraxis entstanden. Aus dem gemeinsamen Interesse heraus, die aktuelle Veränderung des Journalismus zu erforschen, sind wir aus sehr unterschiedlichen Bereichen der Medien- und Kommunikationsforschung zusammengekommen: aus der Journalismusforschung mit einem besonderen Interesse an der Transformation des Journalismus in einer sich wandelnden Medienumgebung bzw. der Beziehung zwischen Journalismus und Publikum sowie aus der Mediensoziologie mit einem besonderen Interesse an Fragen tiefgreifender Mediatisierung und der Rolle von Pioniergemeinschaften in Transformationsprozessen.

Eine solche Kombination der Perspektiven ist selbst sowohl Beleg als auch Folge der Veränderungen, die uns als zentrales Element eines Neujustierungsbedarfs der Journalismusforschung erscheint: der notwendige Blick über den Tellerrand hinaus, d. h. auf Akteur:innen, organisatorische Kontexte, Tätigkeiten sowie Formen des Journalismus, die die Journalismusforschung traditioneller Weise *nicht* als solche definiert und erforscht. Eine derartige Erweiterung des Blicks korrespondiert mit den Entwicklungen im journalistischen Feld selbst. Auch dort zeichnet sich u. a. ab, dass nach Jahren der zumindest teilweisen Vereinheitlichung von Ausbildungs- und Karrierewegen – auch als „Professionalisierung" beschrieben (Tumber & Prentoulis, 2005; Willnat, Weaver, & Choi, 2013) – nun eine Öffnung journalistischer Arbeitszusammenhänge insbesondere gegenüber Menschen mit informatischen Ausbildungen erkennbar ist (u. a. Usher, 2016).

Mit dieser Beobachtung sind wir nicht alleine. Mark Deuze und Tamara Witschge (2019) beispielsweise haben hierfür den Begriff des „beyond journalism" geprägt. Damit machen die beiden darauf aufmerksam, dass die Forschung den Blick zunehmend auch auf Akteur:innen lenken muss, welche die soziale Praxis (professionellen) Informierens „jenseits" der Organisationen leisten, die traditionell dem Journalismus zugerechnet werden. Zehn Jahre zuvor hat bereits Karin Wahl-Jorgensen (2009) gefordert, die „newsroom-centricity" der Journalismusforschung zu überwinden. Sich mit der Vielfalt der Akteur:innen zu befassen heißt aber auch, einen neuen Zugang auf

© Andreas Hepp; Wiebke Loosen (2020). Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 21-33. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70816.

journalistische Publika zu entwickeln: Mit einer sich durch Social-Media-Plattformen rasant verändernden Medienumgebung und der Möglichkeit für Menschen im Alltag immer stärker zu Journalist:innen „zurück" kommunizieren zu können, hat eine publikumsorientierte Journalismusforschung an Bedeutung gewonnen (Costera Meijer, 2016).

Um solche Zusammenhänge besser zu erfassen, wollen wir eine Zugangsweise vorschlagen, die wir als *holistische Perspektive* bezeichnen. Die Formulierung ist an dieser Stelle bewusst sowohl breit umgreifend („Holismus") als auch klar beschränkend („Perspektive") gewählt. Mit unserem Vorschlag für eine Neujustierung der Journalismusforschung ist nämlich nicht der Anspruch verbunden, Journalismus theoretisch oder empirisch in seiner Gesamtheit zu erfassen. Ein solches Verständnis von holistischer Perspektive wäre irreführend, denn dafür ist der Journalismus ebenso wie sein Wandel zu vielschichtig, widersprüchlich und komplex, um in *einer* Beschreibung erfasst werden zu können[1]. Allerdings kann dies umgekehrt nicht bedeuten, dass Neujustierung sich auf die jeweils letzte Entwicklung und den neuesten Trend im Journalismus hin ausrichtet. Vielmehr muss es darum gehen, einen übergreifenden Blickwinkel – eine holistische Perspektive – dafür zu entwickeln, dass die aktuellen Entwicklungen und Trends nur dann als Teil der Transformation des Journalismus erfassbar sind, wenn man sie in einem Gesamtzusammenhang sieht.

Der Gewinn einer derartigen holistischen Perspektive lässt sich illustrieren am Beispiel des „X-Journalismus". Darunter verstehen wir die insbesondere mit der tiefgreifenden Mediatisierung beobachtbare Vervielfältigung von Journalismus-begriffen (Loosen et al., 2020). Dabei kann das „X" immer neue spezifizierende Begriffe annehmen. Beispiele sind etwa der Datenjournalismus, wenig später der Roboterjournalismus und der Sensorjournalismus. Durch eine Auseinandersetzung mit „X-Journalismen" lassen sich Formen von Journalismus beobachten, kategorisieren und im Hinblick auf ihre Entstehung untersuchen, die je nach Selbstverständnis des Felds oder auch der Forschung den je aktuellen Wandel des Journalismus kennzeichnen. Bleibt man allerdings „in der Perspektive" des jeweiligen „X", so ist der Fokus der Forschung zwangsläufig auf eben dieses reduziert. Bezogen auf unsere genannten Beispiele wären dies die journalistischen Praktiken im Umgang mit Daten, beim Einsatz von Bots oder Sensoren. Ein solcher Fokus auf das jeweils als „neu" bzw. „innovativ" geltende X führt dazu, dass das Gesamt des Wandels aus dem Blick gerät. Diese Transformation des Journalismus lässt sich nur erfassen, wenn man verschiedene X-Journalismen zusammenführt, also eine holistische Perspektive entwickelt, die X-Journalismus als eine „variable Konstante" betrachtet. Ein solche Sichtweise macht auch deutlich, dass wir Fragen einer Neujustierung, nach Transformation und Wandel immer nur vor dem Hintergrund des bereits Bekannten bzw. Konstanten behandeln können (Loosen, 2005).

Ausgehend von dieser Gedankenfigur wollen wir im Folgenden grundlegende Aspekte der Neujustierung der Journalismusforschung in dreierlei Hinsicht diskutieren: die der Feldbeobachtung, der Forschungspraxis und der Theorieentwicklung.

2. Zur Notwendigkeit einer holistischen Perspektive in der Feldbeobachtung

Der aktuelle Medienwandel hat es mit sich gebracht, dass die Journalismusforschung zunehmend ihr Sichtfeld erweitert und etwa auch nicht-journalistische Akteur:innen, Gegenstände, Felder, Praktiken und technologische Entwicklungen im und um den Journalismus herum in den Blick nimmt. Dabei geht es nicht nur darum, die bereits genannte „newsroom centricity" (Wahl-Jorgensen, 2009) zu überwinden und die verschiedenen neuen organisatorischen Akteure im Journalismus wie Startups oder Entrepreneur-Journalist:innen (Singer, 2017; Witschge & Harbers, 2018; Buschow, 2018) zu erforschen. Mit einer holistischen Perspektive verbinden wir mehr, nämlich die Notwendigkeit, die Dynamiken *über diese verschiedenen Akteure hinweg* in den Blick nehmen.

Hierfür haben wir folgendes Argument: Transformation geschieht, indem sich Akteurskonstellationen, Praktiken und Relevanzrahmen in bestimmten Feldern dauerhaft verändern. Es geht also um *strukturellen* Wandel, der immer mehr ist, als dass das Morgen anders als das Gestern ist. In der Sprache der Prozesssoziologie lässt sich an dieser Stelle von Prozessen der „Re-Figuration" (Hepp, 2020b: 115; Knoblauch & Löw, 2017: 1) sprechen. Solche vielschichtigen Re-Figurationen sind nur dann angemessen zu erfassen, wenn man das jeweilige Feld „holistisch" beobachtet. Ähnlich argumentiert auch Bernd Blöbaum (2008), wenn er mit der soziologischen Systemtheorie Wandel als Strukturwandel begreift und Journalismuswandel als Wandel

© Andreas Hepp; Wiebke Loosen (2020). Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 21-33. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70816.

seiner Strukturelemente *Organisationen, Rollen und Programme* beschreibt.

Eine holistische Feldbeobachtung kann auch gelingen, wenn wir uns mit einem Ausschnitt eines bestimmten Feldes befassen. Wir wollen dies an einem Beispiel aus unserer eigenen gemeinsamen Forschung verdeutlichen, in der wir uns mit „Pionierjournalismus" (Hepp & Loosen, 2019b: 1) beschäftigen. Pionierjournalismus betrifft insofern einen *Ausschnitt* von Journalismus, als es hier um solche Akteur:innen und Formen des Journalismus geht, die schon heute – d. h. in der Gegenwart – auf die Zukunft des Journalismus aufgerichtet sind, sie imaginieren und experimentell erproben. Einen *holistischen Feldzugang* zum Pionierjournalismus wählen wir, indem wir uns diesem im Gesamtgefüge sehr unterschiedlicher *individueller Akteur:innen* (z. B. einzelne Pionierjournalist:innen, Gründer: innen), *korporativer Akteur:innen* (etablierte Unternehmen, Startups etc.) und *kollektiver Akteur: innen* (Pioniergemeinschaften, Netzwerke etc.) annähern.[2] Hierbei interessiert nicht nur die Arbeitsbeziehung, durch die individuelle Akteur: innen Teil der Figuration *korporativer Akteur: innen* wie Start-Ups oder Unternehmen werden. Kennzeichnend für den Pionierjournalismus ist darüber hinaus, dass sich individuelle und korporative Akteure zu verschiedenen kollektiven Akteuren zusammenfinden: in Projekten, in denen sie phasenweise kooperieren, in Netzwerken zum gemeinsamen Austausch, in Pioniergemeinschaften, in denen Ideen und Imaginationen eines zukünftigen Journalismus entwickelt und praktisch erprobt werden.

Das Beispiel verdeutlicht, dass erst der holistische Blick auf den Pionierjournalismus greifbar macht, welche Rolle dieser für die Transformation des Journalismus insgesamt spielt: Erst so wird sichtbar, dass durch geteilte Experimentierfelder und Imaginationen von Veränderungen sehr unterschiedliche Akteure und Organisationseinheiten verbunden sind. Dabei ist der Pionierjournalismus nur ein Beispiel für das Einnehmen einer holistischen Perspektive auf das Feld des Journalismus. Ein anderes Beispiel wäre die *Datafizierung des Journalismus*, die nicht etwa nur die Veränderungen durch einen „metrics-driven journalism" in den Blick nimmt, sondern umfassender nach Formen der Datafizierung und Automatisierung im Journalismus insgesamt fragt (Loosen, 2018; Diakopoulos, 2019). Für eine holistische Betrachtung ist auch in diesem Fall entscheidend, einen Blickwinkel zu entwickeln, bei dem ausgehend von den jeweiligen Fragestellungen die Dynamiken des journalistischen Feldes *insgesamt* im Fokus stehen.

3. Zur Notwendigkeit einer holistischen Perspektive in der Forschungspraxis

Die Notwendigkeit einer *holistischen Perspektive in der Forschungspraxis* ergibt sich vorrangig daraus, dass der Wandel des Journalismus in erheblichem Maße mit Technologieentwicklung verflochten ist. Wir orientieren uns hier bewusst an dem im Englischen verbreiteten Begriff des „entanglement" (Scott & Orlikowski, 2014: 873), um deutlich zu machen, dass es dabei nicht einfach um Wirkungen von Technologie „X" auf Entität „Y" geht. Der Punkt ist also nicht, dass bestimmte digitale Medientechnologien – soziale Medien, Plattformen etc. – sich auf den Journalismus so „auswirken", dass er sich in diese oder jene „Richtung" transformiert. Medientechnologien stellen vielmehr so etwas wie ein „boundary object" dar (Leigh Star, 2010; Jarke & Gerhard, 2018), anhand dessen Veränderungen im Journalismus in vielschichtigen, zum Teil auch konfliktären Prozessen [3] ausgehandelt werden (Belair-Gagnon & Holton, 2018; Lewis & Usher, 2016; Meier, Bracker, & Verhovnik, 2017). In vielen Fällen geht es dabei weniger um die Frage, was eine Technologie *kann*, sondern darum, welche Imaginationen der Veränderung mit ihr verbunden werden (Fredriksson & Pallas, 2017).

Die Komplexität dieser Sachlage muss auch Konsequenzen für die empirische Erforschung und die Forschungspraxis nach sich ziehen. Und genau dies lässt sich in der Journalismusforschung – ebenso wie in der Kommunikations- und Medienforschung insgesamt – daran erkennen, dass sich das Set der angewandten Methoden in den letzten Jahren deutlich verbreitert hat. So stehen die auch in der Journalismusforschung zunehmend beobachtbaren Kooperationsprojekte mit der Informatik und die Einbeziehung von „digital methods" (Rogers, 2019) für eine methodische und forschungspraktische Neuaufstellung. Auch diese Entwicklungen verdeutlichen unseres Erachtens die notwendigerweise holistische(re) Praxis der Journalismusforschung. Wir wollen dies an zwei Beispielen verdeutlichen: der Anwendung von digitalen Methoden im Kontext und anhand von Forschungsdesigns.

Bezogen auf *digitale Methoden* lässt sich in der Journalismusforschung eine ähnliche Entwicklung

© Andreas Hepp; Wiebke Loosen (2020). Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 21-33. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70816.

ausmachen wie beim Datenjournalismus im Feld des Journalismus: Es werden (automatisierte) Analysen „großer Datenmengen" verwendet, um auf diese Weise mehr bzw. ein anderes Wissen über journalistische Praxis zu erschließen sowie um überhaupt methodisch mit den digitalen Spuren des Journalismus umgehen zu können (Boumans & Trilling, 2016). Ein solcher, durch die gegenwärtigen Technologien möglicher, neuer Zugang auf journalistische Praxis ist für die Forschung wichtig, weil er zusätzliche Einblicke eröffnet. Problematisch wäre es aber, wenn die Journalismusforschung an der Stelle dem „Mythos von Big Data" (van Dijck, 2014; Hepp, 2020b: 118-120) aufsitzt und davon ausgehen würde, dass mit solchen Daten *alleine* ein besseres Verständnis oder bessere Erklärungen erzielt werden können.

Auch hier ist ein holistischer Blick zielführend, das heißt es kommt darauf an, diese Daten weiter zu kontextualisieren. Das bedeutet vielfach methodisch neue Wege zu gehen, wie sie z. B. an vermehrten interdisziplinären Projekten zwischen Journalismusforschung und Informatik greifbar werden.[4] Ein besonderes und für die Kommunikations- und Medienforschung vergleichsweise neues methodisches und forschungspraktisches Vorgehen ist darüber hinaus die Entwicklung von (Forschungs-) Software. Wir haben hier selbst versucht, einige Schritte zu gehen, etwa im Zusammenhang mit der Entwicklung von Verfahren für die automatisierte Analyse von Nutzer:innenkommentaren (Loosen et al., 2017; Häring, Loosen, & Maalej, 2018) oder zur Medienrepertoire-Forschung (Berg & Hepp, 2018; Hasebrink & Hepp, 2017).

Unser zweitens Argument bezieht sich auf die Notwendigkeit *neuer Arten von Forschungsdesigns und -projekten*. Gerade aufgrund der Relevanz von Technologien als „boundary object" in der Transformation des Journalismus erscheint es uns notwendig, auch andere Forschungsdesigns und -projekte zu entwickeln als bisher, nämlich solche, die wesentlich experimenteller (im Sinne von: erprobend) und in ihrer Interdisziplinarität offener sind. Viel über die häufig beschworene „Materialität der Medien", der „objects of journalism and the news" (Anderson & De Maeyer, 2015) in Transformationsprozessen lässt sich beispielsweise erfahren, indem man in eigenen Projekten Prototypen-Entwicklung integriert, [5] was mit inter- und transdisziplinären Kooperationen einhergeht und bedeutet, dass man sich auch mit dem „Bauen von Lösungen" beschäftigt. Dies sind Beispiele dafür, wie zielführend es ist, die Methoden auf eine *solche Weise* zu „triangulieren" (Flick, 2011) bzw. zu „mixen" (Domínguez & Hollstein, 2014), dass ein holistischer(er) Blick auf das Feld möglich ist.

Im Rahmen solcher Projekte kann sich Journalismusforschung gewinnbringend einbringen und gleichzeitig auf verschiedenen Ebenen profitieren: Journalismusforscher:innen können ihre Expertise als „Domainwissen" beisteuern, ein Wissen, das beispielsweise für die Entwicklung von Softwarelösungen verschiedenster Art grundlegend ist (etwa bei der „Requirement-Analyse" und bei User-Tests). Die Beteiligung an derartigen Entwicklungsprozessen eröffnet aber dort, wo sie methodisch geschult erfolgt, gleichzeitig einen Einblick in die Möglichkeiten und Grenzen von Technologien, der hilft, ihre Rolle bei der Transformation des Journalismus selbst besser zu verstehen. Dies ist von besonderer Bedeutung im stark technologiegetriebenen Feld des Pionierjournalismus. Einen Teil unseres Einblicks haben wir hier nicht nur durch Datenerhebung im klassischen sozialwissenschaftlichen Sinne gewonnen, sondern auch durch ein Projekt, in dem wir auf Grundlage empirischer Forschung eine experimentelle Plattform für Lokaljournalismus entwickeln (Hepp & Loosen, 2019a).

Wir haben hier verschiedene Beispiele für eine holistische Forschungspraxis aufgeführt, die aus unserer eigenen Erfahrung stammen. Andere könnte man sicherlich ergänzen. Im Kern steht dabei für uns folgendes Argument: Wenn die Journalismusforschung die Komplexität der gegenwärtigen Transformationsprozesse erfassen will, muss es auch darum gehen, in der Forschungspraxis offener zu werden, einen breiteren (und auch experimentierfreudigeren) methodischen Zugang zu entfalten, der der aktuellen Dynamik des Felds gerecht wird.

© Andreas Hepp; Wiebke Loosen (2020). Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 21-33. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70816.

4. Zur Notwendigkeit einer holistischen Perspektive bei der Theorieentwicklung

Abschließend möchten wir auch für eine *holistische Perspektive der Theorieentwicklung* argumentieren. Wir betonen hier den Aspekt der Theorieentwicklung – oder kurz: das Theoretisieren (Hall, 1986; Swedberg, 2012) – und nicht nur den der Theorie selbst, weil wir davon ausgehen, dass gerade in Kontexten umfassender Transformation die entscheidende Frage weniger die der Adaption bestehender Theorien ist, sondern die der angemessenen und fortlaufenden Entwicklung von/neuer Theorien, ohne vorherige Leistungen der Begriffsarbeit und des Theoretisierens aus dem Blick zu verlieren.[6] Im Kern meinen wir damit, dass Theorien zur Transformation des Journalismus das Feld übergreifende Veränderungsdynamiken im Prozess erfassen sollten und diese Prozesshaftigkeit auch reflexiv auf das eigene Theoretisieren bezogen werden sollte. Auch hier möchten wir zuerst aus unserer eigenen Praxis der Theorieentwicklung heraus argumentieren, um dann den entwickelten Gedanken zu verallgemeinern.

Ein disziplinär offener Ansatz, den wir zur Beschreibung der Transformation von Journalismus erproben, ist eine *figurationsanalytische Journalismusforschung*. Wie bereits an den oben dargestellten Beispielen deutlich geworden ist, versucht dieser Ansatz die Gesamtentwicklung eines Felds in den Dynamiken verschiedener Figurationen – Gruppen, Organisationen und Netzwerken usw. – zu erfassen. Das erlaubt uns, drei zentrale Perspektiven auf die Transformation des Journalismus einzunehmen, die in der Journalismusforschung bereits verschiedentlich als zentrale Dimensionen des Wandels identifiziert worden sind (e. g. Lewis & Westlund, 2015), aber nur selten in ihrem Gesamtzusammenhang theoretisiert werden:

– die *Akteurs-Dimension*, was im Journalismus bedeutet, unterschiedliche „individuelle Akteure" (einzelne Journalist:innen), „korporative Akteure" (Organisationen wie bspw. Medienunternehmen oder Start-Ups) und „kollektive Akteure" (Pioniergemeinschaften, Netzwerke etc.) in die Analyse einzubeziehen;[7]

– die *Praxis-Dimension*, also den Einbezug des journalistischen Handelns insbesondere in dessen Verwobenheit mit Medientechnologien, was sich derzeit insbesondere in verschiedenen Formen der Datafizierung, Algorithmisierung und Automatisierung derselben konkretisiert (Anderson, 2013; Diakopoulos, 2019);

– die *Gesellschafts-Dimension*, das heißt die Transformation von Journalismus als Teil der „Refiguration" (Hepp, 2020b: 115-144) von Gesellschaft insgesamt in den Blick zu nehmen, und immer auch danach zu fragen, in welchem Verhältnis sie zur Transformation öffentlicher Kommunikation insgesamt steht sowie etwa Trends des Medienwandels in ihren Folgen auch für unterschiedliche gesellschaftliche Bereiche bzw. Felder oder Systeme vergleichend zu betrachten.[8]

Eine holistische Perspektive bei der Theorieentwicklung steht also dafür, den Gegensatz von „Mikro" und „Makro" zu überwinden und eine Betrachtung einzelner Akteur:innen und Praktiken mit einer Analyse gesellschaftlicher Transformation zu verbinden. In der Kommunikations- und Medienforschung im Allgemeinen und der Journalismusforschung im Speziellen wurde dies immer wieder unter dem Schlagwort des „Mikro-Makro-Links" (u.a. Quandt & Scheufele, 2011) eingefordert. Wir wollen hier eine spezifische Zugangsweise für den Umgang mit dem „Mikro-Makro-Problem" vorschlagen, nämlich die einer integrativen Theoretisierung (siehe dazu auch Neuberger, 2016). Die Basis hierfür lässt sich in Anlehnung an Norbert Elias als Figurationsanalyse bezeichnen, die ein integratives Theoretisieren von Gesamtdynamiken und Gesamtzusammenhängen ermöglicht.

Das prozesssoziologische Vorgehen der Figurationsanalyse eignet sich für eine solche Theoretisierung in besonderem Maße – einerseits, weil hier „Gesellschaft" als ein fortlaufender Prozess der Artikulation begriffen wird (Morrow, 2009; Treibel, 2009). Andererseits bietet das Konzept der Figuration, wie es Norbert Elias formuliert hat, ein „einfaches begriffliches Werkzeug […], mit dessen Hilfe man den gesellschaftlichen Zwang, so zu sprechen und zu denken, als ob ‚Individuum' und ‚Gesellschaft' zwei verschiedene und überdies auch noch antagonistische Figuren seien, zu lockern." (Elias, 1993: 141). In einer solchen Sichtweise entwickeln Menschen ihre Handlungsfähigkeit („agency") stets in Figurationen, d. h. in sinnorientierten und musterhaften „Verflechtungen" (Elias, 1993: 141) mit anderen Menschen, in die – wie wir aus heutiger Perspektive argumentieren können – zunehmend selbst (Medien-)Technologien und automatisierte Systeme

© Andreas Hepp; Wiebke Loosen (2020). Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 21-33. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70816.

eingeflochten sind (Hepp, 2020a). Das Konzept der Figuration lässt sich dabei auf einzelne soziale Beziehungen anwenden (Arzt-Patient oder auch Journalistin-Nutzerin), auf Gruppen und Organisationen bis hin zu „Gesellschaften, die tausende oder Millionen interdependenter Menschen miteinander bilden" (Elias, 1993: 143). Betrachtet man Gesellschaften insgesamt, so gilt es zu berücksichtigen, dass Figurationen selbst zueinander in Beziehung stehen und in Teilen verschachtelt sind: Es bestehen „Figurationen von Figurationen" (Couldry & Hepp, 2017, 57, 201), also eine einzelne Figuration (bspw. die einer Abteilung) ist wiederum Teil der Akteurskonstellation einer anderen Figuration (bspw. die eines Unternehmens).[9]

Ein solcher Begriffsrahmen bietet die Möglichkeit, den bereits erwähnten Pionierjournalismus als einen Teilaspekt der Refiguration von Journalismus und diesen wiederum als einen Teilaspekt der Refiguration von Gesellschaft zu fassen. So lässt sich von einer „Figuration des Pionierjournalismus" sprechen, die sich – wie wir bereits in Abschnitt 2 gezeigt haben – in einer komplexen Akteurskonstellation, charakteristischen Praktiken und spezifischen Relevanzrahmen konstituiert.[10] In einer solchen Theorieperspektive geht es damit um ein Erfassen der Veränderung von Akteurskonstellationen (Welche Akteure kommen bei einzelnen Figurationen hinzu, welche verschwinden? Wie verändern sich [Rollen-]Erwartungen?), von mit Medientechnologien verschränkten Praktiken (Wie ändern sich Praktiken mit [Medien-]Technologien als „boundary object"?) sowie von Relevanzstrukturen (Wie verändert sich das „Selbstverständnis" einzelner pionierjournalistischer Figurationen?). Die Annahme ist, dass sich eine solche Refiguration nicht nur in einer Binnenperspektive mit Blick auf einzelne Figurationen betrachten und beschreiben lässt, sondern dass sie in erheblichem Maße auch zu tun hat mit der Veränderung der Beziehungen einzelner Figurationen zueinander – und damit der Gesellschaft.

Selbstredend ist der bis zu dieser Stelle umrissene figurationsanalytische Zugang nur eine Möglichkeit der Theoretisierung des Journalismus (in der Gesellschaft) neben vielen anderen (Löffelholz & Rothenberger, 2016; Scholl & Weischenberg, 2013). Er macht unseres Erachtens aber auf besondere Weise deutlich, was wir mit einer holistischen Perspektive auf Theoriebildung meinen: Es geht uns einerseits im Einklang mit anderen um die Betonung der Notwendigkeit einer integrativen Sozialtheorie (deswegen holistisch), andererseits und gleichzeitig aber auch darum, diese nicht als feststehende Theorie zu begreifen, sondern als Momentaufnahme in einem fortlaufenden, empirisch gestützten Prozess des Theoretisierens. Dies sollte keiner ‚theoretischen Beliebigkeit' in der Form Vorschub leisten, dass Bausteine unterschiedlicher Theorien auf mehr oder weniger beliebige Weise (re)kombiniert werden, in der Hoffnung, so eine Art „Meta-Theorie" entwickeln zu können. Wir wollen einen anderen Punkt stark machen, nämlich eben jenen Gestus der holistischen Theorieentwicklung: Wenn die Annahme stimmt, dass der Wandel von Journalismus immer Teil des Wandels von Gesellschaft ist, liegt nahe, die Mikro-Makro-Problematik über eine *umfassende Verschränkung* von Mikro und Makro in der Theoretisierung zu lösen. In einer solchen holistischen Perspektive kann es unseres Erachtens gelingen, den Wandel von Journalismus als Teil des Wandels von Gesellschaft zu erfassen.

5. Fazit: (Neu-)Justierung der Journalismusforschung in der tiefgreifend mediatisierten Gesellschaft

Der Medienwandel der letzten nunmehr fast dreißig Jahre hat es mit sich gebracht, dass die Journalismusforschung ihr Sichtfeld zunehmend erweitert und etwa auch nicht-journalistische Akteur:innen, Gegenstände, Felder und technologische Entwicklungen im und um den Journalismus herum in den Blick nimmt. Damit geht einher, dass sich die Journalismusforschung theoretisch und forschungs-praktisch mehr und mehr gegenüber anderen Disziplinen sowie Methoden öffnet bzw. von diesen „entdeckt" wird. Die Journalismusforschung hat sich also bereits in erheblichem Maße neu justiert bzw. ihre Blickrichtung nachjustiert, indem sie sukzessive erweitert, was sie als Journalismus, journalistische Akteur:innen, journalistische Praktiken und Inhalte in den Blick nimmt, weil alte Grenzziehungen zwischen Journalismus/Nicht-Journalismus an Trennschärfe verlieren, während sich gleichzeitig neue herausbilden.

Was lässt sich nun aus unseren drei Perspektiven einer holistischen Feldbeobachtung, Forschungspraxis und Theorieentwicklung für eine Neujustierung der Journalismusforschung folgern?

Zur Beantwortung dieser Frage ist es zunächst hilfreich, sich vor Augen zu führen, worum es sich im Kern dreht, wenn wir uns als (Journalismus-) Forscher:innen mit der Transformation des Journa-

© Andreas Hepp; Wiebke Loosen (2020). Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 21-33. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70816.

lismus und deswegen auch mit Fragen der Neujustierung seiner Erforschung beschäftigen. Im Kern geht es dabei immer wieder neu um die mit der Digitalisierung der Medienproduktion, -distribution und -nutzung einhergehenden Transformationen der medienvermittelten Kommunikation in einer tiefgreifend mediatisierten Gesellschaft. Wegen ihrer grundlegenden Bedeutung für die gesellschaftlichen Kommunikationsverhältnisse interessieren sich neben der Medien- und Kommunikationswissenschaft auch noch viele andere Disziplinen für diese Fragen, wobei sie sich dahingehend unterscheiden, wie stark und auf welche Weise sie (auch) auf Journalismus referenzieren. Bedarfe einer Neujustierung der Journalismusforschung ergeben sich also sozusagen von „innen", d. h. im Zuge der (intra-)disziplinären Auseinandersetzung mit dem eigenen Gegenstand, sie ergeben sich aber auch von „außen".

Hierin liegt die (aktuell) besondere Bedeutung und die besondere disziplinäre Verpflichtung der Journalismusforschung: Journalismus ist kein technischer Disseminator von Informationen, sondern Teil gesellschaftlicher Kommunikationsprozesse und daher ein besonders relevanter Anwendungsfall, um die derzeit wohl wichtigsten Teilprozesse tiefgreifender Mediatisierung – Algorithmisierung, Automatisierung und Datafizierung – zu untersuchen. Sie betreffen sowohl den Journalismus in allen seinen Kontexten als auch die Gesellschaft, die er beobachten soll. Für diesen Zweck muss die Journalismusforschung ihren „Inselcharakter" noch stärker überwinden und von Einzelbeschreibungen (zurück) zur gesellschaftstheoretisch fundierten Betrachtung von „Journalismus in der Gesellschaft" (Scholl & Weischenberg, 1998). Will man dies, so ist — und in diesem Sinne wollen wir die Argumente dieses Beitrags verstanden wissen – das Einnehmen einer *holistischen Perspektive* im Hinblick auf Feldbeobachtung, Forschungspraxis und Theorieentwicklung notwendig.

Geforderte oder proklamierte Neujustierungen der Journalismusforschung – so viel scheint klar – hängen immer mit den Veränderungen zusammen, die wir im Journalismus beobachten. Schon sehr lange begleitet uns dieses Wandel- bzw. Transformationsnarrativ, es ist immer ein passender Einstieg, kann niemals falsch sein und erklärt zuverlässig die Relevanz mannigfaltiger Fragestellungen der Journalismusforschung.

Das mag banal klingen, gleichwohl ist die Frage, was denn eigentlich genau wie an der Journalismusforschung neu zu justieren sei, um der Transformation ihres Gegenstands gerecht zu werden, keineswegs leicht zu beantworten. Und auch wir haben hier nur ein Angebot unter vielen gemacht. Für alle Neujustierungsvorschläge gilt aber, dass wir Transformation immer vor dem Hintergrund des bereits Bekannten ausmachen (Elias, 1993: 175-186): andernfalls ließe sie sich diese gar nicht diagnostizieren. Daraus folgt, dass wir im Grunde immer etwas über den „bisherigen" Journalismus mitführen und verstehen müssen, wenn wir den „entstehenden" erfassen möchten. Auch auf dieser Ebene ist Neujustierung also stets eine relationale Angelegenheit des Vergleichs etwa zwischen alt und neu, Routine und Innovation, zwischen Kontinuität und Wandel.

Literatur

Anderson, C., & De Maeyer, J. (2015). Objects of journalism and the news. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*,*16*(1), 3-9. doi:10.1177/1464884914545728

Anderson, C. W. (2013). Towards a sociology of computational and algorithmic journalism. *New Media & Society*, *15*(7), 1005-1021.

Belair-Gagnon, V., & Holton, A. E. (2018). Boundary work, interloper media, and analytics in newsrooms. *Digital Journalism*, *6*(4), 492-508. doi:10.1080/21670811.2018.1445001

Berg, M., & Hepp, A. (2018). A qualitative network approach to transmedia communication. In M. Freeman & R. R. Gambarato (Eds.), *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (pp. 455-463). London: Routledge.

Blöbaum, B. (2008). Wandel redaktioneller Strukturen und Entscheidungsprozesse. In H. Bonfadelli, K. Imhof, R. Blum, & O. Jarren (Eds.), *Seismographische Funktion von Öffentlichkeit im Wandel* (pp. 119-129). Wiesbaden: VS Verlag.

Boumans, J. W., & Trilling, D. (2016). Taking stock of the toolkit. An Overview of relevant automated content analysis approaches and techniques for digital journalism scholars. *Digital Journalism*, *4*(1), 8-23.

© Andreas Hepp; Wiebke Loosen (2020). Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 21-33. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70816.

doi:10.1080/21670811.2015.1096598

Buschow, C. (2018). *Die Neuordnung des Journalismus. Eine Studie zur Gründung neuer Medienorganisationen*. Wiesbaden: Springer VS.

Costera Meijer, I. (2016). Practicing audience-centred journalism research. In T. Witschge, C. W. Anderson, D. Domingo, & A. Hermida (pp. 546-561). London: Sage.

Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press.

Deuze, M., & Witschge, T. (2019). *Beyond Journalism* (1. ed.). Cambridge: Polity.

Diakopoulos, N. (2019). *Automating the News*. Cambridge: Harvard University Press.

Domínguez, S., & Hollstein, B. (Eds.). (2014). *Mixed methods social networks Research: Design and applications*. Cambridge: Cambridge University Press.

Elias, N. (1993). *Was ist Soziologie? 7. Auflage*. Weinheim: Juventa.

Flick, U. (2011). *Triangulation. Eine Einführung. 3. Auflage*. Wiesbaden: VS Verlag.

Fredriksson, M., & Pallas, J. (2017). The localities of mediatization: How organizations translate mediatization into everyday practices. In O. Driessens, G. Bolin, A. Hepp, & S. Hjarvard (Eds.), *Dynamics Of Mediatization* (pp. 119-136). London: Palgrave Macmillan. doi:10.1007/978-3-319-62983-4_6

Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1998). *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*. Bern: Huber.

Graefe, A. (2016). Guide to automated journalism. *Tow Centre*, http://towcenter.org/research/guide-to.

Hall, S. (1986). On Postmodernism and Articulation. An Interview with Stuart Hall. Edited by Lawrence Grossberg. In D. Morley & K.-H. Chen (Eds.), *Stuart Hall. Critical Dialogues in Cultural Studies* (pp. 131-150). London, New York: Routledge.

Häring, M., Loosen, W., & Maalej, W. (2018). Who is addressed in this comment? Automatically classifying meta-comments in news comments. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction – CSCW*, *2*(Art. 67), 1-20. doi:10.1145/3274336

Hasebrink, U., & Hepp, A. (2017). How to research cross-media practices? Investigating media repertoires and media ensembles. *Convergence*, *23*(4), 362-377.

Hepp, A. (2020a). Artificial companions, social bots and work bots: communicative robots as research objects of media and communication studies. *Media, Culture & Society*, Online First. doi:10.1177/016344h3t7tp2s0:/9/d1o6i.4o1rg2/

Hepp, A. (2020b). *Deep mediatization*. London: Routledge.

Hepp, A., & Loosen, W. (2019a). Molo.news: Experimentally Developing a Relational Platform for Local Journalism. *Media and Communication*, *7*(4), 1-12.

Hepp, A., & Loosen, W. (2019b). Pioneer journalism: Conceptualizing the role of pioneer journalists and pioneer communities in the organizational re-figuration of journalism. *Journalism*, *Online first*, 1-19. Retrieved from https://doi.org/10.1177/1464884919829277

Jarke, J., & Gerhard, U. (2018). Using probes for sharing (tacit) knowing in participatory design: Facilitating perspective making and perspective taking. *i-com*,*17* (2), 137-152. doi:10.1515/icom-2018-0014

Knoblauch, H., & Löw, M. (2017). On the spatial re-figuration of the social world. *Sociologica*, *11* (2), 1-27.

Leigh Star, S. (2010). This is not a boundary object: Reflections on the origin of a concept. *Science, Technology, & Human Values*, *35*(5), 601-617. doi:10.1177/0162243910377624

Lewis, S. C., & Usher, N. (2016). Trading zones, boundary objects, and the pursuit of news innovation. A case study of journalists and programmers. *Convergence*, *22* (5), 543-560. doi:10.1177/1354856515623865

Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). Actors, actants, audiences, and activities in cross-media news work. A matrix and a research agenda. *Digital*

© Andreas Hepp; Wiebke Loosen (2020). Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 21-33. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70816.

Journalism, *3*(1), 19-37.

Löffelholz, M., & Rothenberger, L. (Eds.). (2016). *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer VS.

Loosen, W., Häring, M., Kurtanovic, Z., Merten, L., van Roessel, L., Reimer, J., & Maalej, W. (2017). Making sense of user comments: identifying journalists' requirements for a software framework. SCM - Studies in Communication and Media, 6 (4),333-364. doi:10.5771/2192-4007-2017-4-333.

Loosen, W. (2005). Zur medialen Entgrenzungsfähigkeit journalistischer Arbeitsprozesse: Synergien zwischen Print-, TV-und Online-Redaktionen. *Publizistik*, *50* (3), 304-319.

Loosen, W. (2018). Four forms of datafied journalism. Journalism's response to the datafication of society. *Communicative figurations working paper*, *18*, 1-10. Retrieved from http://www.kommunikative-figurationen.de/fileadmin/redak_kofi/Arbeitspapiere/CoFi_EWP_No-18_Loosen.pdf

Loosen, W., Ahva, L., Reimer, J., Solbach, P., Deuze, M., & Matzat, L. (2020). 'X Journalism'. Exploring journalism's diverse meanings through the names we give it. *Journalism*, 1464884920950090. Retrieved from https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1464884920950090

Loosen, W., & Scholl, A. (2002). Entgrenzungsphänomene im Journalismus: Entwurf einer theoretischen Konzeption und empirischer Fallstudien. In A. Baum & S. J. Schmidt (Eds.), *Fakten und Fiktionen. Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten* (pp. 139-151). Konstanz: UVK.

Meier, K., Bracker, I., & Verhovnik, M. (2017). Technological innovation and convergent journalism. Case study on the transformation process of Bavaria's public broadcasting service. *Revista Mediterránea de Comunicación*, *8*(1). doi:10.14198/medcom2017.8.1.3

Morrow, R. A. (2009). Norbert Elias and figurational sociology: The comeback of the century. *Contemporary Sociology: A Journal of Reviews*, *38*(3), 215-219.

Neuberger, C. (2004). Lösen sich die Grenzen des Journalismus auf? Dimensionen und Defizite der Entgrenzungsthese. In G. Roters, W. Klingler, & M. Gerhards (Eds.), *Zukunft der Medien – Medienzukunft* (pp. 95-112). Baden-Baden: Nomos.

Neuberger, C. (2007). Beobachten, Beeinflussen und Verhandeln via Öffentlichkeit: Journalismus und gesellschaftliche Strukturdynamik. In K.-D. Altmeppen, T. Hanitzsch, & C. Schlüter (Eds.), *Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation* (pp. 139-164). Wiesbaden: VS Verlag.

Neuberger, C. (2014). Konflikt, Konkurrenz und Kooperation. Interaktionsmodi in einer Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, *62* (4), 566-587.

Neuberger, C. (2016). Journalismus als systembezogene Akteurkonstellation. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Eds.), *Handbuch Journalismustheorien* (pp. 295-308). Wiesbaden: VS Verlag.

Pörksen, B., & Scholl, A. (2011). Entgrenzung des Journalismus. Analysen eine Mikro-Meso-Makro-Problems aus der Perspektive der konstruktivistischen Systemtheorie. In T. Quandt & B. Scheufele (Eds.), *Ebenen der Kommunikation. Mikro-Meso-Makro-Links in der Kommunikationswissenschaft* (pp. 25-53). Wiesbaden: VS Verlag.

Quandt, T., & Scheufele, B. (Eds.). (2011). *Ebenen der Kommunikation: Mikro-Meso-Makro-Links in der Kommunikationswissenschaft* (2011 ed.). Wiesbaden: VS.

Rogers, R. (2019). *Doing digital methods*. London: Sage.

Schimank, U. (2010). *Handeln und Strukturen. Einführung in die akteurstheoretische Soziologie, 4. Auflage*. Weinheim, Basel: Juventa.

Scholl, A., & Malik, M. (2019). Systems Theory and Journalism. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Retrieved from https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-875

Scholl, A., & Weischenberg, S. (1998). *Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

© Andreas Hepp; Wiebke Loosen (2020). Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 21-33. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70816.

Scholl, A., & Weischenberg, S. (2013). *Journalismus in der Gesellschaft: Theorie, Methodologie und Empirie*. Wiesbaden: VS Verlag.

Scott, S. V., & Orlikowski, W. J. (2014). Entanglements in practice: performing anonymity through social media. *MIS Quarterly*, *38*(3), 873-893.

Singer, J. B. (2017). Reinventing journalism as an entrepreneurial enterprise. In P. J. Boczkowski & C. W. Anderson (Eds.), *Remaking the news: Essays on the future of journalism scholarship in the digital age* (pp. 195-210). Cambridge; London: MIT Press.

Swedberg, R. (2012). Theorizing in sociology and social science: Turning to the context of discovery. *Theory and society*, *41*(1), 1-40. Retrieved from http://www.soc.cornell.edu/faculty/swedberg/Theorizing in Sociology and Social Science.pdf

Treibel, A. (2009). Figurations- und Prozesstheorie. In G. Kneer & M. Schroer (Ed.), *Handbuch Soziologische Theorien*(pp. 133-160). Wiesbaden: VS.

Tumber, H., & Prentoulis, M. (2005). Journalism and the Making of a Profession. In H. de Burgh (Ed.), *Making journalists: diverse models, global issues* (pp. 58-74). London, New York: Routledge.

Turner, F. (2016). Prototype. In B. Peters (Ed.), *Digital keywords. A vocabulary of information, society and culture* (pp. 256-268). Princeton, Oxford: Princeton University Press.

Usher, N. (2016). *Interactive journalism: Hackers, data, and code* (Reprint ed.). Illinois: University of Illinois Press.

van Dijck, J. (2014). Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance & Society*, *12*(2), 197-208.

Wahl-Jorgensen, K. (2009). News production, ethnography and power. On the challenges of newsroom-centricity. In S. E. Bird (Ed.), *Journalism and anthropology* (pp. 21-35). Bloomington: Bloomington.

Waisbord, S. (2019). *Communication: A post-discipline*. Cambridge: Polity.

Willnat, L., Weaver, D. H., & Choi, J. (2013). The global journalist in the twenty-first century: A cross-national study of journalistic competencies. *Journalism Practice*, *7*(2), 163-183. doi:10.1080/17512786.2012.753210

Witschge, T., & Harbers, F. (2018). The entrepreneural journalist. In B. Franklin & S. Eldridge II (Eds.), *The Routledge Companion of Developments Digital Journalism Studies*. Abingdon, Oxon: Routledge.

[1]Siehe dazu bezogen auf die „Post-Disziplin“ der Kommunikations- und Medienwissenschaft insgesamt Waisbord, 2019.

[2]An dieser Stelle greifen wie die Akteurstypologie von Uwe Schimank (2010: 327-341) auf.

[3]So geht es beispielsweise bei Formen der Automatisierung journalistischer Arbeitsprozesse auch um die Veränderung oder gar den Verlust von Arbeitsplätzen, was nur im Widerstreit unterschiedlicher Interessen ausgehandelt werden kann (Graefe, 2016).

[4]Siehe zum Beispiel das BMBF-Verbundprojekt "Bewältigung von Krisen öffentlicher Kommunikation im Themenfeld Flüchtlinge, Migration, Ausländer" (NOHATE) an der FU Berlin, https://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/v/bmbf-nohate/index.html; „PropStop“ an der Uni Münster, ein Projekt das sich mit verdeckten Propaganda-Angriffen in Online-Medien beschäftigt, http://www.propstop.de/; oder auch „Forum 4.0“, ein Kooperationsprojekt zwischen Informatik und Journalismusforschung, in dem es um die Entwicklung automatisierter Analysen von Nutzerkommentaren geht, https://scan.informatik.uni-hamburg.de/forum40/.

[5]Zum „Prototypen“ als einem sozialen Konstrukt siehe Turner, 2016.

[6]Siehe für dieses Argument insbesondere Glaser & Strauss, 1998, die in einer anderen Zeit umfassenden gesellschaftlichen Umbruchs – nämlich dem der amerikanischen Nachkriegsgesellschaft – argumentierten, dass ein Teil der Krise der damaligen amerikanischen Soziologie darin lag, dass sie bestehende Theorien auf eine sich rasant verändernde Gesellschaft im falsifizierenden Sinne angewandt hat und hierdurch nicht in der Lage war, die eigentlichen

© Andreas Hepp; Wiebke Loosen (2020). Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 21-33. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70816.

Veränderungen zu erfassen.

[7]Siehe zu der Unterscheidung von „individuellen“ und „supra-individuellen Akteuren“ einmal mehr Schimank, 2010: 327-341. Ähnlich stützt sich auch Neuberger, 2007 auf die Akteurskonzeption von Schimank.

[8]Nähere Informationen und weitere Publikationen zu einer solchen übergreifenden Theorieentwicklung finden sich auf der Webseite unseres von der DFG geförderten Projektpakets, das neben unserem Projekt zum Pionierjournalismus auch ein Projekt zur Journalismus-Publikumsbeziehung und eines zu Medienrepertoires und Öffentlichkeitsanbindung enthält: https://www.kommunikative-figurationen.de.

[9]Eine solche Verschränkung der Analyseebenen kennt auch Luhmanns Theorie sozialer Systeme (1994), die differenziert zwischen Interaktion, Organisation und Gesellschaft (siehe Scholl & Malik, 2019 für die Anwendung auf Journalismus); sie arbeitet mit der „Methode“ der funktionalen Analyse.

[10]Siehe aus einer anderen Perspektive auch Neuberger, 2014 und Neuberger, 2016.

© Andreas Hepp; Wiebke Loosen (2020). Neujustierung holistisch gedacht — und gemacht: Feldbeobachtung, Forschungspraxis, Theorieentwicklung in der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 21-33. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70816.

Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung

Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon

Freie Universität Berlin, IfPuK, Arbeitsstelle Journalistik (A1, A3, A4)

Aarhus University, Department of Media and Journalism Studies (A2)

Zusammenfassung

*Öffentliche Diskurse sind nicht mehr allein durch journalistische, sondern durch vielfältige soziale Akteur*innen geprägt, die dem Journalismus in seiner Deutungshoheit Konkurrenz machen. Um diese Herausforderung an Journalismus und den Umgang damit zu erfassen, eignet sich ein praxistheoretischer Ansatz. Der Fokus auf Praktiken als individuelle und akteur*innenübergreifende Handlungsroutinen, die soziale Strukturen hervorbringen (oder verändern), soll die komplementäre Anpassung nichtinstitutioneller und professioneller Akteur*innen in einem öffentlichen Sinngebungs- und Aushandlungsprozess nachvollziehbar machen. Neben der theoretischen Einordnung des Ansatzes „performativer Öffentlichkeiten" für die Journalismusforschung, wird mit dem Analyserahmen „Media Practice" ein Vorschlag zur Operationalisierung entwickelt. Um die Performativität von Öffentlichkeiten sowie die Annahme unterschiedlicher Sprecher*innenpositionen und das Übertreten verschiedener Ebenen von Öffentlichkeit (Layers of Publicness) in vorwiegend digitalen und vernetzten Umgebungen nachzuvollziehen, wird auf ein mixed-methods Design von (halb-)automatisierten Analysen und ethnografischen Methoden gesetzt, mit dem verschiedene Elemente der Praxis (Elements of Practice) und deren Brüche sowie Verknüpfungen rekonstruiert werden.*

Keywords: Praxistheorie, Journalismusforschung, performative Öffentlichkeiten, Media Practice

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

Summary

Public discourses are no longer solely shaped by journalists but by multiple social actors challenging journalistic interpretation sovereignty. In order to account for these challenges, we propose the approach of media practice as an analytic model for journalism studies. Focusing on practices as individual as well as trans-contextual routines determining or changing social structures enables research to understand the mutual adaption of noninstitutional and professional actors within processes of public negotiation. Besides the introduction of the concept 'performative publics' for journalism studies, we provide the analytic framework of 'media practice' in order to examine these performances of publics, including the shift of speaker positions and layers of publicness. We suggest a mixed-methods design combining computational and ethnographic methods to analyze diverse elements of practice as well as their linkages and breaks.

Keywords: practice theory, journalism research, performative publics, media practice

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

1 Einleitung: Neue Formen des Öffentlichen als Herausforderung an Journalismus

Journalismus hat seine vormals exklusive Stellung, relevante Themen für die Gesellschaft zur Verfügung zu stellen, zweifellos eingebüßt. Neben dem professionellen Journalismus sind andere Modi persönlicher und öffentlicher Kommunikation getreten, die konkurrierend oder komplementär Leistungen zur gesellschaftlichen (Selbst-) Verständigung erbringen (Baym & boyd, 2012; Buschow, 2018). Neben die ökonomische Krise tritt im Zuge von Social Media und neuen Akteur*innen der Öffentlichkeit eine Identitäts- und Qualitätskrise des Journalismus (Loosen, 2015; Lünenborg, 2012; Neuberger, 2018, S. 35–46; Zelizer, 2015). Dominante Selektions- und ‚Gate-keeping'-Funktionen des Journalismus relativieren sich wo die Grenzen zwischen privater und öffentlicher Kommunikation zunehmend verschwimmen.

Diesen Herausforderungen begegnet der Journalismus auf unterschiedliche Weise. Das Reaktionsspektrum reicht von der Selbstbehauptung durch ostentative Abgrenzung und das Festhalten an vertrauten Grundsätzen, über die (Neu-)Verhandlung professioneller Normen und Praktiken im Sinne einer Grenzarbeit („boundary work"; Carlson & Lewis, 2015) bis zum Anpassen und Adaptieren der Produkte an veränderte Medienmärkte.

Die Debatte um Rolle und Aufgabe des Journalismus in der Gesellschaft verweist auf einen *tiefgreifenden Wandel öffentlicher Kommunikation*, der bislang als selbstverständlich geltende Annahmen der Journalismusforschung in Frage stellt. Vor allem geht es dabei um die Frage nach der Relevanz und Exklusivität journalistischer Berichterstattung und der Konkurrenz durch neue Formen digitaler und vernetzter Kommunikation. Charakteristisch für diesen Wandel ist dabei eine genuin neuartige Verschmelzung und Neuverhandlung von öffentlicher mit persönlicher Kommunikation, in der zentrale Aushandlungsprozesse der Gesellschaft medial, sozial und politisch in zunehmend dynamischen Akteur*innen-Konstellationen stattfinden (Swart et al., 2017). Zu beobachten sind komplexe, teils komplementäre, teils gegenläufige Wechselbeziehungen zwischen ‚klassisch' institutionalisiertem Journalismus und anderen Öffentlichkeitsakteur*innen.

Ausgangspunkt der folgenden Ausführungen ist, dass mit den Transformationsprozessen im Zuge der Digitalisierung *Unbestimmbarkeit*, *Unterdeterminiertheit* und *Dynamik* eine neue Normalität darstellen. Insbesondere die Forschung zu sozialen Bewegungen hat gezeigt, dass öffentlichen Diskursformationen mit statischen „public sphere"-Modellierungen nicht mehr beizukommen ist (Poell, 2019; Treré, 2018 zu „media hybridity"). Um diese neuen Dynamiken adäquat erfassen, untersuchen und diskutieren zu können, bedarf es (auch) in der Journalismusforschung neuer theoretischer und empirischer Perspektiven, die dieser veränderten Normalität Rechnung tragen. Wir schlagen dazu vor, einen dezidiert *praxistheoretischen Zugriff* als Erweiterung des Blickwinkels zu etablieren. Praxis zielt darauf ab, die Hervorbringung und Emergenz öffentlicher Diskurse in den Fokus zu nehmen. Eine praxistheoretisch geweitete Journalismusforschung kann jene traditionellen Perspektiven ergänzen, die auf Basis normativer Öffentlichkeits- und Journalismusansätze primär an den Produkten der medialen Berichterstattung und der Analyse ihrer Inhalte interessiert sind. Ferner wird mit einem praxistheoretischen Ansatz der sinnstiftenden Funktion von Praktiken des Umgangs mit und der Adaptierung von Medien im Alltag von Publika Rechnung getragen, was die Fokussierung von Akteur*innen-Konstellationen in ihrer wechselseitigen Bezugnahme erlaubt. Sinnstiftung wird damit nicht als Ergebnis einer wie auch immer gefassten Produktionsroutine von Journalist*innen erfasst, sondern als Prozess der Referenzierung, Vereinnahmung oder Verhandlung von unterschiedlichen Akteur*innen, die gemeinsam an der Konstituierung von Öffentlichkeit in unterschiedlichem Maße teilnehmen.

Bei der Neujustierung der Journalismusforschung sollten praxistheoretische Ansätze daher unbedingt Berücksichtigung finden. Ziel dieses Artikels ist es, Perspektiven und Konzepte für eine solche praxistheoretisch informierte Journalismusforschung zu skizzieren. In einem ersten Schritt wenden wir uns Fragen zu, die sich aus einer Übertragung praxistheoretischer Zugänge auf die Journalismusforschung ergeben und die im Sinne der Selbstverständigung in diesem Forschungsfeld weiter zu diskutieren sind. Im Anschluss entfalten wir mit dem Konzept der „performativen Öffentlichkeiten" (Lünenborg & Raetzsch, 2018) sowie dem zugehörigen Analyserahmen „Media Practice" eine konkrete Forschungsperspektive. Diese soll es

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

ermöglichen, das dynamische Zusammenspiel von Journalismus und anderen Öffentlichkeitsakteur*innen in digitalen, vernetzten Kommunikationsmedien praxisbasiert zu untersuchen.

2 Praxistheoretische Journalismusforschung: Grundsatzfragen und Neupositionierung

In den Geistes- und Sozialwissenschaften ergänzen praxistheoretische Perspektiven zunehmend die vormals etablierten handlungs- und strukturtheoretischen Begründungsansätze. Bekanntermaßen gibt es *nicht eine* Praxistheorie, sondern ein ganzes Bündel verschiedener Ansätze – von Bourdieu und Giddens zu diversen (und mitunter gegensätzlichen) Strömungen, z. B. in den Cultural Studies, Gender Studies, Science and Technology Studies, in der Forschung zu Human-Computer-Interaction, der Organisationssoziologie oder den Workplace Studies. Unter dem von Schatzki und anderen apostrophierten „practice turn" (Schatzki et al., 2001) werden unterschiedliche Ansätze zusammengebracht, als wissenschaftliches Programm weisen diese verschiedenen Zugänge jedoch Schnittstellen und Gemeinsamkeiten auf. Dazu zählt einerseits der Fokus auf die Alltagswelt und die Sinngebungen situativer Kontexte, aber auch routinisierte Formen des Handelns und Interagierens, sowie die Hervorhebung impliziten und verkörperten, praktischen Wissens als Agens. Übergreifend adressiert Praxistheorie die wechselseitige Konstitution von Akteur*innen und Strukturen durch die und in der Praxis.

Mittlerweile sind Praxis und Praktiken ebenfalls im medien- und kommunikationswissenschaftlichen Vokabular verankert – international ohnehin (Burchell et al., 2020; Couldry, 2004, 2012; Postill & Bräuchler, 2010), aber auch im deutschsprachigen Raum (Gentzel, 2015; Gießmann, 2018; Pentzold, 2016). Ebenfalls mehren sich die Übertragungen und Reflexionen in der Journalismusforschung (Ahva, 2016; Anderson, 2020; Buschow, 2018; Cammaerts & Couldry, 2016; Lünenborg & Raetzsch, 2018; Raabe, 2016; Raetzsch, 2015). Eine praxistheoretisch positionierte Journalismusforschung priorisiert Fragen nach dem Vollzug journalistischer Routinen und deren kontinuierlicher Anpassung als Interaktionen mit der Gesellschaft. Sie untersucht die Prozesse der Emergenz und Konstituierung von Öffentlichkeiten, Journalismus und journalistischer Praxis relational. Journalismus wird dabei „stets ‚im Werden' begriffen" (Buschow, 2018, S. 523), nicht als gesetzter professioneller Rahmen oder als normativ konstituierte Institution öffentlicher Meinungsbildung und Sinnstiftung.

Wir plädieren folgend dafür, eine praxistheoretische Wende nicht als Bruch, sondern als Erweiterung und in Kontinuität mit der bestehenden Medien- und Journalismusforschung zu vollziehen. Dies erfordert in einem ersten Schritt eine Positionierung zu grundsätzlichen Fragen, die sich durch ein praxistheoretisches Programm stellen.

Starkes statt schwaches Programm

Praxis und Praktiken sind Trendbegriffe. Oft bleibt in Forschungen unklar, was genau der Mehrwert gegenüber Perspektiven ist, die vor 20 Jahren z. B. über soziologische Handlungstheorien begründet wurden. Nicolini hat in diesem Zusammenhang den Vorschlag gemacht, ein „schwaches" von einem „starken Programm" zu unterscheiden (Nicolini, 2017). In einem schwachen Programm dient die Rede von Praktiken und Praxis eher der (Selbst-)Verortung und dem ‚Einhängen' der eigenen Forschung in übergeordnete theoretische und methodologische Diskurse. Dieses Vorgehen ist legitim, insofern praxistheoretische Orientierungen den Blickwinkel und die Diskussionshaltung verändern. Einem starken Programm folgend werden Praktiken und Praxis hingegen sui generis untersucht. Aus unserer Sicht sollte es die Ambition der Journalismusforschung sein, diesen erhöhten Anspruch einzulösen (vgl. auch Raetzsch & Lünenborg, 2020, S. 2870–2872).

Das bedeutet mindestens eine Öffnung für die *mediale Alltagspraxis* sowohl journalistischer als auch anderer öffentlichkeitswirksamer Akteur*innen sowie ihrer Wechselbeziehungen. Diese Orientierung verweist auf 35 Jahre Medienforschung in der Tradition der Cultural Studies / New Audience Research und der Domestizierungsforschung (z. B. Ang, 1996; Lewis, 2002), nimmt aber dezidiert nicht mehr ‚nur' die Medienpraxis des Publikums in den Blick. Anknüpfend an die neueren Diskurse um den „practice turn" im engeren Sinn sollte der Zuschnitt der Forschung zusätzlich so erfolgen, dass nicht nur kommunikatives Alltagshandeln in den Mittelpunkt rückt, sondern gleichfalls *Praktiken* als maßgebliche und Sozialität tragende Einheiten sichtbar werden

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

(Couldry, 2004). In einer Minimaldefinition bestimmt Schatzki Praktiken als „arrays of activity" (Anordnungen von Aktivitäten) (Schatzki, 2001, S. 11) sowie als „nexus of doings and sayings". Der Körper, aber auch materielle Artefakte werden als zentrale Träger sozialer Praxis aufgefasst. Die Orientierung auf Verkörperung und Performanz ist nicht zuletzt eine Reaktion auf Vorstellungen, die Kollektivität primär über Diskurse, Normen-Gefüge oder Kultur-als-Text-Modellierungen abzubilden suchen (Reckwitz, 2003). Insbesondere die Science and Technology Studies übertrugen das Primat somatischer Grundierung von Praxis auf weitere Aktivitätsinstanzen bzw. Materialitäten. Ihr Verdienst ist es, neben dem menschlichen Körper die soziotechnische und soziomaterielle Basis in den Blick zu nehmen, die Praxis ‚auf Dauer' stellt.

Die meisten Praxistheorien stimmen, wie Gherardi pointiert zusammenfasst, in den „ingredients of a practice" überein – „actions, individuals, contexts, artifacts, rules, symbols, texts, discourses, and embeddedness – but they disagree on the salient feature of each of them" (Gherardi, 2016, S. 3). Eine typisch praxistheoretische Antwort wäre, die Praxis selbst entscheiden zu lassen, wer oder was zum zentralen Agens gemacht wird und wer oder was ‚nur' als Objekt in Praktiken eingelassen ist. Ungeachtet solcher Grundsatzdiskurse bleibt für die Journalismusforschung die kommunikative und mediale *Praxis individueller und kollektiver menschlicher Akteur*innen* der zentrale Bezugspunkt. Die Praktiken, in die Journalist*innen, Rezipient*innen und andere Öffentlichkeitsakteur*innen eingebunden sind, involvieren zugleich aber unterschiedliche Medien und Technologien, deren Agency und Affordanzen kontextuell mitzudenken sind (Hutchby, 2001; Majchrzak et al., 2013).

Sensibilität für Reifikationen statt flacher Ontologie

Jede Forschungsströmung führt ein oder mehrere „theory/method packages" (Clarke, 2009) mit sich. Solche Theorie-Methoden-Pakete sind reflexiv gemachte Setzungen, die „epistemological and ontological assumptions" (Clarke, 2009, S. 197) enthalten. Praxistheoretisches Denken ist oft verknüpft mit der Vorstellung einer sogenannten „flachen Ontologie" – einer streng antidualistischen Haltung, die die Unterscheidung von ‚Mikro' und ‚Makro' verweigert (Schatzki, 2016, S. 34). Wir teilen die Einsicht, dass Makrostrukturen erst durch Praxis und Praktiken entstehen und in der Praxis und über Praktiken perpetuiert und verändert werden. Damit verbunden ist eine *selbstkritische (Zurück-)Haltung*, was die Festschreibung von Entitäten und scheinbar gesetzten (normativen) Kategorien betrifft. Praxistheoretisches Forschen ist eng verknüpft mit bzw. selbst ein Motor von Forschungsperspektiven, die „relational" (Klinger, 2018, S. 252–254) und „prozessual" argumentieren. Hierin besteht eine Familienähnlichkeit bzw. eine Verwandtschaft zu (de-)konstruktivistischen Strömungen, die insbesondere in den Gender Studies Relevanz erlangt haben. Ebenso wie Geschlecht und Geschlechterverhältnisse (Butler, 1990, 1993, 2010) sind auch Öffentlichkeit und Journalismus nicht einfach gegeben, sondern werden über spezifische Praktiken beständig konstituiert, (re-)produziert, irritiert und verändert. Entsprechend ist eine Herausforderung für die Journalismusforschung, die Kategorien, die empirisch beobachtet werden sollen, analytisch nicht einfach vorauszusetzen. In einer unübersichtlich gewordenen und hochdynamischen (Medien-)Welt präsentiert sich praxistheoretisch angeleitetes Forschen als ein Weg, *soziale Ordnung* in ihrer fluiden Form nachzuzeichnen. Auf der Ebene des Strukturellen liefert der Begriff der Praktik ein eigenständiges erkenntnistheoretisches Werkzeug (Shove et al., 2012). Ausgehend vom Primat des Situativen erlaubt das Denken und Forschen in Praktiken, überindividuelle und übersituative Muster zu erfassen, ohne neue (statische) Begriffscontainer wie ‚System', ‚Klasse' oder (*die*) ‚Öffentlichkeit' zu schaffen.

Der Fokus auf Praktiken als organisiertes Vollzugsgeschehen soll jedoch nicht dazu führen, sämtliche Komplexität anzeigenden Kategorien auf der Makroebene – Medieninstitutionen, Journalismus, komplexe Öffentlichkeiten usw. – unter permanenten Prüfungsvorbehalt zu stellen. Praxis schafft Institutionen und Strukturen, die logisch gesehen als gehärtete, verdichtete und auf Dauer gestellte Praktiken betrachtet und so re-analysiert werden können. In vielen (und auch unseren) Forschungzusammenhängen ist jedoch gleichfalls von der institutionalisierten Kraft von Medien und Journalismus nicht zuletzt als machtvollen Organisationen auszugehen. Öffentlichkeit selbst ist zudem immer ein hochkomplexes Amalgam aus heterogenen Akteur*innen und Artikulationen, die sich über diverse Medien räumlich und zeitlich verteilt konstituieren. Ein mikrosoziologisches Vorgehen allein (wie es charakteristisch für die Praxisforschung wäre) könnte nur kleine Bruchstücke dieses Prozesses der Konstituierung von Öffentlichkeiten rekonstruieren.

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

Es braucht daher *methodologische Vermittlungen* zwischen dem tendenziell situationistischen Programm der Praxistheorie(n) und den Makrostrukturen, die komplexe Öffentlichkeiten ausmachen. Praxistheoretisch sensibilisierte Forschung stellt dabei gleichwohl die normativen Setzungen in Frage und wendet sich den praktisch eben oft unscharfen und unordentlichen Rändern, Grenzen und Übergängen zu.

Praxis als Wandel und *Routine*

Praxistheoretisch orientierte Forscher*innen betonen häufig Prozesse der *Routinisierung*, so etwa Reckwitz in seiner viel zitierten Definition von Praktiken (Reckwitz, 2003). Die Gleichförmigkeit und Musterhaftigkeit wird als Momentum der Stabilisierung und ‚Härtung' sozialer Praxis aufgefasst. Das hat Praxistheorien von ihren Gegner*innen den Vorwurf eingebracht, Phänomene des Wandels, der Veränderung und der Brüche nicht adäquat fassen zu können. Prominentester Vertreter einer solchen Praxistheorie ist wohl Bourdieu, dessen Grundvokabular mit „Habitus", „Hexis" und „Hysteresis" präzise die Verkörperung und Einschleifung von Praktiken beschreibt (Bourdieu, 1977), aber wenig(er) anzubieten hat, wenn es um Fragen der Veränderung geht. Diese Zuschreibung an das praxistheoretische Programm ist zugleich jedoch eine grobe Verallgemeinerung. Schatzkis Grundlagenwerk trägt „Social Change" bereits im Titel (Schatzki, 2002). Und in den Forschungen, die auf den „practice turn" vor 2000 hingearbeitet haben, sind mit dem Korpus der „situated action"-Forschung von Anfang an Stimmen prägend, die die *situative Emergenz* und *Kontextgebundenheit* von Praxis betonen (z. B. Nardi, 1996; Swidler, 1998). Für die Kommunikations- und Medienwissenschaft im Allgemeinen wie die Journalismus- und Öffentlichkeitsforschung im Speziellen ist diese Einsicht zentral. Schließlich stellen sich die von ihnen bearbeiteten Untersuchungsgegenstände in digitalen und vernetzten Medienumgebungen als hochdynamisch und fluide dar. Interessant werden dabei insbesondere jene Momente, in denen sich etablierte Routinen verändern, Brüche in tradierten Mustern erkennbar sind und neue Praktiken entstehen. Eine praxistheoretisch informierte Journalismusforschung untersucht entsprechend die Emergenz ebenso wie die Stabilisierung von Praktiken im und in Bezug auf Journalismus.

3 Performative Öffentlichkeiten: Journalismusforschung ‚beyond journalism'

Eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung hat Konsequenzen für die Konzeptualisierung der mit ihr verbundenen Öffentlichkeitsvorstellungen. Das von Mitgliedern des Autor*innen-Teams entwickelte Konzept der „performativen Öffentlichkeiten" (Lünenborg & Raetzsch, 2018) will *eine* Grundlage für praxistheoretische Journalismusforschung sein. Eingeführt und theoretisch verortet ist das Konzept an der Schnittstelle von Journalismusforschung, Gender Media Studies und Sozialer Bewegungsforschung. Topologisch geht es von einer Verkettung zwischen ‚massenmedialer' Berichterstattung, journalistischen Akteur*innen und den diversen öffentlichen Kommunikationsräumen sozialer Medien sowie den Akteur*innen aus, die hier im, neben und mit dem Journalismus Diskurse und Debatten anstoßen, verlängern, verschieben und prägen. Betont wird die Ko-Konstituierung (semi-)öffentlicher Diskurse durch verschiedene Akteur*innengruppen. Die Bedeutung und Rolle der explizit journalistischen Akteur*innen und publizistischen Medien ist dabei für jeden Diskurszusammenhang empirisch erst zu prüfen.

In den vergangenen zehn Jahren wurden sehr unterschiedliche Begriffe und Konzepte entwickelt, um die „new media publics" besser zu begreifen: von den „persönlichen Öffentlichkeiten" und den „networked publics" über die „affective publics" bis hin zu den „(ad hoc) hashtag publics" oder den „calculated publics" (Klinger, 2018, S. 249). Es ist hier nicht das Ziel, dieser Reihung einen weiteren Ansatz beizufügen, der bestimmte Facetten des medialen Wandels trifft. Vielmehr sehen wir „performative Öffentlichkeiten" als ein *sensibilisierendes Konzept*, das eine praxistheoretisch orientierte Journalismus- und Medienforschung anleitet. Der Begriff „performativ" enthält dabei mindestens vier Orientierungen.

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

(1) Performative Öffentlichkeit als wechselseitige Konstitutionsleistung

Performativität wendet sich erstens gegen Auffassungen von Journalismus und institutionalisierter Medienöffentlichkeit als in sich abgeschlossene (soziale) Systeme. Journalistische Praxis konstituiert sich einerseits in ihrer Interdependenz zu Praktiken anderer Akteur*innengruppen. In den Blick gerät damit die wechselseitige Konstituierung öffentlicher Diskurse durch ‚klassisch' institutionalisierte journalistische Akteur*innen (individuell wie kollektiv) im Zusammenspiel mit (semi-)institutionellen Akteur*innen (z. B. der Zivilgesellschaft) und individuellen Akteur*innen. Die (feinen) Unterschiede der Praxis dieser Akteur*innengruppen ist Gegenstand der Analyse. Andererseits unterliegt dem Konzept die Annahme, dass ihre Praktiken (des Arbeitens, Schreibens, Veröffentlichens, Interagierens etc.) zwar unterschiedlich ausgeprägt, sie aber nur partiell feldspezifisch sind (dazu weitergehend Benson, 2006). Vielmehr sind die Akteur*innengruppen direkt und indirekt über ein prinzipiell geteiltes Set an „anchoring practices" (Raetzsch & Lünenborg, 2020; Swidler, 2001) miteinander verknüpft. Das schließt nicht die Segregation von (Teil-)Öffentlichkeiten aus (z. B. durch Filterblasen, Echokammern, differente Medien- und Kommunikationsrepertoires). Die Akteur*innen teilen jedoch grundlegende Fähigkeiten und Fertigkeiten, die sie zur Teilhabe an (semi-)öffentlichen Diskursen befähigen. Dieses praktische Wissen umfasst beispielsweise Arten und Weisen des Referenzierens und der Bezugnahme auf Andere, des Formulierens, des Recherchierens, der Bildproduktion und -auswahl, Text-Bild-Kombinationen u. v. a. m. (vgl. z. B. Lovejoy & Saxton, 2012 zum Engagement US-amerikanischer NGOs auf Twitter). Studien zu sozialen Bewegungen bestätigen beispielsweise eine Verbindung zwischen persönlichen Praktiken des Mediengebrauchs und deren Verwendung für öffentliche Interventionen (Cammaerts et al., 2013; Kavada, 2016; Mattoni, 2020; Stephansen, 2016).

(2) Performative Öffentlichkeit als dynamisches Prozessgeschehen

Die hier eingeschlagene Perspektive wendet sich zweitens gegen die Vorstellung, wonach die Medienöffentlichkeit stabile und vorab benennbare Arenen bietet, in denen sich ausgewählte Akteur*innen agoraartig versammeln bzw. repräsentiert werden (Gerhards & Neidhardt, 1990). Die empirische Journalismusforschung wendet eine Prozessperspektive bis dato vorwiegend auf die in der überregionalen Presse und im Rundfunk verhandelten Themen an (z. B. als Agenda Setting oder Frame-Wandel untersucht). Allerdings lassen sich die Grenzen zwischen Encounter-, Themen-, Versammlungs- und Medienöffentlichkeit in digital vernetzten Welten kaum noch empirisch auseinanderhalten. Entsprechend stößt die Containermetaphorik der traditionellen öffentlichkeitstheoretischen Literatur an Grenzen (vgl. dazu auch Korn et al., 2019, S. 18–23). Öffentlichkeiten sind heute *primär* als Prozesse und Verknüpfungen von Akteur*innen, Medien und Kommunikation zu denken. Im Konzept der performativen Öffentlichkeiten wird der professionelle Journalismus nicht bereits vorab als relevanter und zentraler Informationslieferant privilegiert. Ob und wann er auf den Plan tritt, wie er involviert ist, auf welche medialen und technologischen Infrastrukturen dabei zurückgegriffen wird, ist im Detail prozessual nachzuverfolgen. Couldrys früh vorgetragener Zweifel am Fortbestand des jahrzehntelang an Presse und Rundfunk geknüpften „myth of the mediated centre" (Couldry, 2003, S. 37–54) verweist darauf, dass eine in der wissenschaftlichen Disziplin verankerte Setzung der Zentralität von publizistischen Medien hier zu kurz greift. Das gilt gleichfalls für die Positionen, die einzelne Akteur*innen als Beobachter*innen oder Sprecher*innen im Diskursgeflecht einnehmen und entwickeln. Formen des Öffentlichseins können sich im Spektrum zwischen persönlicher Kommunikation und öffentlicher Artikulation sowie Intervention über praktische Wiederholung stabilisieren, sich aber genauso situativ, episodisch oder langfristig verändern.

(3) Performative Öffentlichkeit als Performance und Kompetenz

Öffentlichkeit lebt von Teilnahme und Partizipation. Die feministische Öffentlichkeitsforschung sowie die Forschung zu sozialen Bewegungen im Allgemeinen hat die Vielfalt von Beteiligungs- und Protestformen deutlich gemacht (Baer, 2015; Milan, 2015 insbes. S. 895-896 zu „practicing visibility"; Scharff et al., 2016). Oft brechen diese Beteiligungen z. B. in Form von kollektiv geteilten (Diskriminierungs-) Erfahrungen mit etablierten Idealbildern von rationalem Diskurs und Deliberation (Dahlgren, 2005, S. 155–160; Ferree et al., 2002, S. 311–313). Dessen ungeachtet: Gleich wie sich welche Akteur*innen wann artikulieren und sich, ihre Themen und andere

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

(re)präsentieren – dahinter stehen Medienaneignungs- und Mediensozialisationsprozesse, in denen der Gebrauch von Plattformen und Apps oder die Produktion von Text, Bild und Video – oft in „communities of practice" (Wenger, 2008) – praktisch erlernt, etabliert und fortlaufend angepasst werden. Entsprechend ist zu untersuchen, wie diese Praktiken und Fähigkeiten gruppenspezifisch entwickelt werden und wie sie sich im Zeitverlauf ggf. wandeln.

(4) Performative Öffentlichkeit als praktische Normativität

Die Journalismusforschung ist es gewohnt, mediale Berichterstattung gemessen an idealen Kommunikationsnormen v. a. im Anschluss an Habermas als funktional oder dysfunktional zu qualifizieren. Praxistheorie schließt normative Selbstverständnisdiskurse und Öffentlichkeits*theorie* etwa zur Rolle journalistischer Medien für demokratisch verfasste Gesellschaften nicht aus. Mit dem Konzept performativer Öffentlichkeiten liegt der Schwerpunkt jedoch darauf zu untersuchen, wie normative Erwartungen *in der Praxis* artikuliert, eingelöst und zurückgewiesen werden.

4 Analyse von ‚Media Practice' in performativen Öffentlichkeiten: Ansätze einer Operationalisierung

Für die empirische Untersuchung der Emergenz, Stabilisierung und Veränderung performativer Öffentlichkeiten möchten wir mit ‚Media Practice' einen konkreten Analyserahmen skizzieren (dazu grundlegend Lünenborg & Raetzsch, 2018, S. 23–28). Eine methodologische Anforderung an diesen Rahmen ist es, dass er sowohl für mikrosoziologische ‚Tiefenschnitte' als auch für solche Untersuchungsbausteine dienlich sein soll, die über quantitative Verfahren der Netzwerkanalyse und (automatisierten) Inhaltsanalyse die Makrostrukturen von Diskursformationen abbilden. Das erfordert ein gewisses Maß an Standardisierung und heuristischer Vereinfachung. Pointiert zugespitzt handelt es sich um den Versuch, *Strukturmerkmale von Medienpraxis in ihrer temporalen und positionalen Dynamik* zu erfassen und zu analysieren – sowohl qualitativ auf Einzelfall- und Gruppenebene als auch makrosozial in Bezug auf große Diskursnetzwerke. Wir selbst beziehen den Analyserahmen im DFG-geförderten Forschungsprojekt „Herausforderungen an Journalismus: Zum Verständnis von performativen Öffentlichkeiten durch Media Practice" auf zwei Teilstudien. Der Ansatz performativer Öffentlichkeiten eignet sich sicher nicht ausschließlich, jedoch – mit Geschlecht als einer durch alltägliche Praxen performativ hervorgebrachten Kategorie – im Besonderen zur Erforschung genderspezifischer Diskursdynamiken. Daher stehen in beiden Studien Diskursformationen im Mittelpunkt, in denen Geschlecht als symbolische und sozial-strukturelle Kategorie explizit relevant wird. Zum einen beschäftigen wir uns mit dem Verlauf der deutschsprachigen Debatte um sexualisierte Gewalt gegen Frauen im Zuge von #metoo. Zum anderen untersuchen wir genderbezogene Diskursformationen im Kontext des aktuellen Krisendiskurses um die Viruserkrankung Covid-19. Das mixed-methods Design umfasst sowohl (halb-)automatisierte Datenerhebungen aus dem Web und Social Media (primär: Twitter) wie auch inhaltsanalytische Auswertungen journalistischer Online-Quellen sowie die medienethnographische Beobachtung einzelner Akteur*innen und Expert*inneninterviews.

Die *empirische Abbildung von Strukturmerkmalen* erfolgt einerseits über die Differenzierung dreier Gruppen von Akteur*innen sowie andererseits die zunächst idealtypische Differenzierung in drei verschiedenen Formen bzw. Ebenen des Öffentlichseins (*Layers of Publicness*) und die mit ihnen verbundenen Sprecher*innen-Positionen. Weiterhin wird als Strukturmerkmal die Konstitution und Komposition von Praktiken der Akteur*innen erfasst (*Elemente der Praxis*).

Die *empirische Abbildung von Dynamiken* erfolgt einerseits über das Nachverfolgen des Wandels von Sprecher*innenpositionen in den und über die Dimensionen des Öffentlichseins hinweg (in einem Kontinuum von persönlich hin zu öffentlich) und andererseits über das Nachverfolgen des Wandels der Etablierung und Stabilisierung von Praktiken der Akteur*innen (als Performativität der Praxis). Im Folgenden sollen diese zentralen Bestandteile des Analyserahmens knapp vorgestellt werden.

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

Kompetenz, Bedeutung und Materialität: Elemente und Performativität der Praxis

Eingangs wurde betont, dass Praxis sowohl in ihrer Stabilität als auch ihrem Wandel untersucht werden soll. Einen geeigneten Rahmen hierfür bietet das Basiskonzept von Shove, Pantzar und Watson, das wir auf Medien und Öffentlichkeiten übertragen (Shove et al., 2012). Die Autor*innen fassen Praktiken als stabilisierte und in Aktion reproduzierte Verbindungen verschiedener Elemente, die sie in den drei Kategorien *Kompetenz*, *Bedeutung* und *Materialität* subsumieren. Sie betonen dabei die Zentralität der Verknüpfung dieser Elemente („centrality of linkage"). Stabilität und Konstanz einer Praktik wird in der prozessualen Perspektive als beständig wiederholte Verknüpfungsleistung sichtbar:

"(…) if specific configurations are to remain effective, connections between defining elements have to be renewed time and again. This suggests that stability and routinization are not end points of a linear process of normalization. Rather, they should be understood as ongoing accomplishments in which similar elements are repeatedly linked together in similar ways." (Shove et al., 2012, S. 24)

In *temporaler Hinsicht* können sich die Verknüpfungen ändern („ongoing accomplishments"), etwa, wenn die aus ihnen konstituierten Praktiken ‚ineffektiv' werden oder sie an neue Umgebungen und Handlungskontexte angepasst werden. Schon allein durch die notwendige Anpassung an Handlungskontexte ist Praktiken ein Moment beständiger Transformation eingeschrieben – Iteration ist stets auch Veränderung.

Die kontinuierliche Verknüpfung von Elementen der Praxis wird hier als die *Performativität der Praxis* verstanden. Wissensbestände und materielle wie symbolische Ressourcen müssen je neu durch Akteur*innen mobilisiert und adaptiert werden. In der performativen Herstellung von Handlungsroutinen bzw. deren Anpassung an geänderte Rahmenbedingungen oder Möglichkeiten wird die Wandelbarkeit der Praxis deutlich. In Abbildung 1 sind verschiedene mögliche Ausprägungen der einzelnen Praxiselemente in Bezug auf digitale Medien dargestellt, die für den Ansatz von Media Practice relevant sind.

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

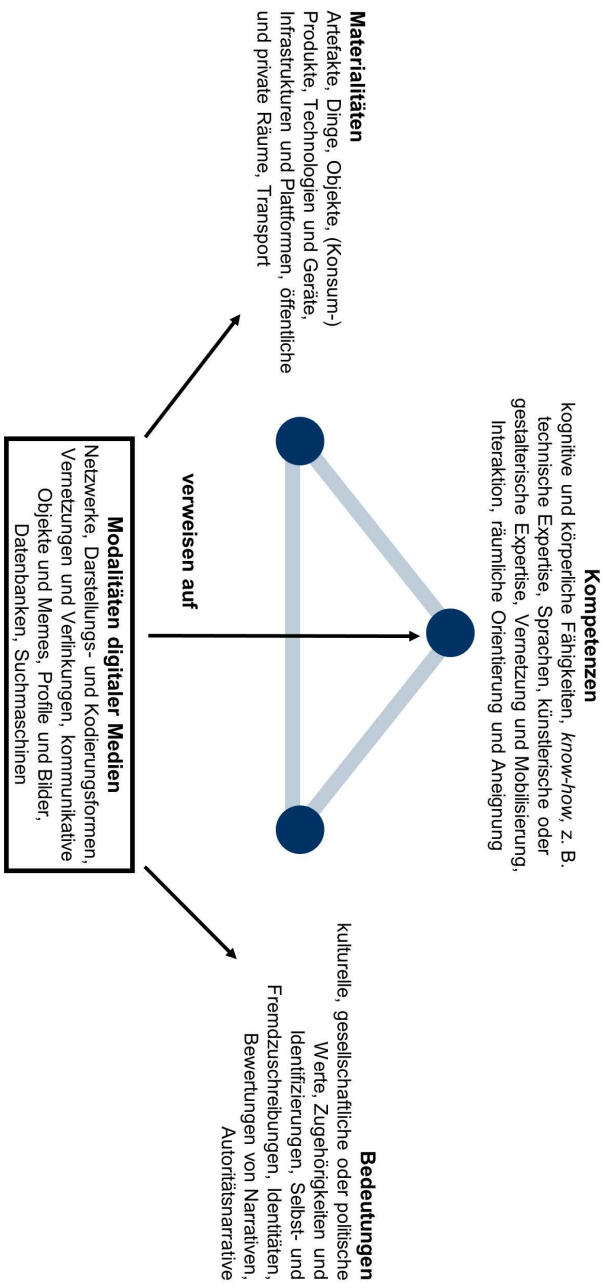


Abbildung 1: Elemente der Praxis mit digitalen Medien

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

Durch die Berücksichtigung der Modalitäten digitaler Medien lassen sich neue Ausprägungen der Elemente feststellen. So kann beispielsweise die Verwendung bestimmter typographischer Symbole oder Stichworte in Profilbeschreibungen sozialer Medien bereits ein Verweis auf die Zugehörigkeit zu bestimmten Netzwerken sein. Gleichzeitig lassen sich an den Modalitäten der Nutzung unterschiedlicher Medien auch Hinweise oder Indikatoren festmachen, die den Wandel von Kompetenzen anzeigen. In Bezug auf Materialitäten ist ferner von Interesse, welche Artefakte, Objekte oder auch Räume in Medien thematisiert und zirkuliert werden, bzw. wie sich die Ebenen der medialen Zirkulation von der Verortung in physischen Räumen unterscheiden. Das Bild eines Objekts oder Ortes kann bspw. als Meme adaptiert oder als Selfie inszeniert in verschiedenen Netzwerken und Plattformen zirkulieren, kann so Gegenstand unterschiedlicher Sinngebungen werden und gleichzeitig auf einen nicht-medialen Bedeutungs- oder Entstehungskontext verweisen.

*Akteur*innengruppen: Journalist*innen, Semi-institutionalisierte Akteur*innen, Individuen*

Die in den Dimensionen Kompetenz, Bedeutung und Materialität erfasste Medienpraxis manifestiert sich in der spezifisch beschaffenen Artikulation der Akteur*innen. Heuristisch unterschieden werden dabei:

*Journalistische Akteur*innen*, die überwiegend für nationale oder regionale, journalistische Organisationen arbeiten, die sich zu den Themen der jeweiligen Cases in diesen Medien geäußert haben. Neben Akteur*innen etablierter Nachrichtenmedien kann eine Untergruppe ausschließlich Akteur*innen umfassen, die einen ausgeprägten thematischen Fokus haben (z. B. auf Genderthemen) und die mit diesem Fokus für mehrere Medien oder Onlineportale/Webseiten arbeiten bzw. dort publiziert haben.

*(Semi-)institutionelle Akteur*innen*, die für Interessengruppen, Nichtregierungsorganisationen aber auch staatliche Beratungsstellen und soziale Einrichtungen arbeiten bzw. in deren Namen kommunizieren. Maßgeblich für die Identifikation dieser Akteur*innen ist eine erkennbare (semi-)institutionelle Kommunikationsstrategie (z. B. über Webseiten, Social Media Profile, Netzwerke oder Büros) und die aktive Beteiligung an den Themen der jeweiligen Studie.

*Individuelle Akteur*innen*, die im thematischen Kontext der jeweiligen Studie öffentlich in Erscheinung getreten sind, aber nicht einer der anderen Kategorien zuzuordnen sind. Vor allem sind hier Akteur*innen von Interesse, die aus vorwiegend persönlich orientierten Netzwerken und Praktiken heraus in die Öffentlichkeit treten bzw. aktiv versuchen, eine solche herzustellen.

In digital vernetzen Kommunikationsumgebungen wird das ‚Feld der Nachrichten' von den drei Akteur*innengruppen gemeinsam gebildet. Entsprechend bedeutet die Analyse von Media Practice, die Wechselbeziehungen zwischen diesen Gruppen zu untersuchen. Makrosozial lässt sich das empirisch vor allem in den sozialen Medien sowie insbesondere anhand der Praxis im Microblogging-Dienst Twitter realisieren, wo individuelle, zivilgesellschaftliche und journalistische Akteur*innen aufeinandertreffen (Bruns & Burgess, 2011; Drüeke & Zobl, 2016; Maireder & Schlögl, 2014). Generell zu beachten ist, dass die drei Akteur*innengruppen keine abgeschlossene Systematisierung darstellen, sondern eine idealtypische Kategorisierung, die im Laufe des Forschungsprozesses ggf. zu modifizieren und weiter zu differenzieren ist.

*"Layers of Publicness" und Performativität von Sprecher*innen-Positionen*

Kommunikationswissenschaft und Journalismusforschung sind es gewohnt, Ebenen von Öffentlichkeiten entlang ihrer Komplexität, der Differenzierung von Leistungs- und Publikumsrollen sowie dem Grad der Institutionalisierung der sie tragenden Medien zu unterscheiden. In Anlehnung an die Systematik von Ebenen feministischer Öffentlichkeit von Klaus sowie der Übertragung des Modells auf das Internet durch Klaus und Drüeke können sich Artikulationen beispielsweise auf einer „einfachen", „mittleren" und/oder „komplexen" Ebene bewegen (Klaus, 2004; Klaus & Drüeke, 2017). Vor dem Hintergrund des bereits Gesagten unterstellen wir *auf allen Ebenen konnektive Komplexität*, insofern es ja gerade darum geht, die Einbettungen und Verknüpfungen verschiedener Formen des Öffentlichen sichtbar zu machen. Heuristisch unterschieden wird hierbei in einem Kontinuum zwischen den Polen persönlicher Kommunikation (im medialen Raum) sowie Öffentlichkeit im Sinne eines politischen Diskurses im gesamtgesellschaftlichen Rahmen.

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

Modellhaft und idealtypisch können den Ebenen des Öffentlichen bzw. Öffentlichseins zunächst verschiedene potenzielle *Sprecher*innen-Positionen* zugeordnet werden. Als Sprecher*innen-Positionen fassen wir die Modi der Beteiligung der Akteur*innen sowie ihre qua Praxis disponierte (aber veränderliche) strukturelle Platzierung im Diskurszusammenhang. Modi der Teilnahme sind beispielsweise das Beobachten/Rezipieren, das Distribuieren und Weiterleiten von Information, das Signalisieren von Zustimmung (Likes) oder die aktive Teilnahme, Intervention und Artikulation. Platzierung verweist auf die strukturell unterschiedlichen Chancen, mit der je individuellen Diskursteilnahme im größeren öffentlich Maßstab tatsächlich auch wahrgenommen und gehört zu werden.

Die Unterscheidung der *Layers of Publicness* ist jedoch kein Selbstzweck, sondern steht selbst unter Performativitätsvorbehalt. Ziel ist es, ein dynamisches Feld möglicher Sprecher*innen-Positionen in einem Spektrum zwischen persönlicher und öffentlicher Kommunikation abzubilden. Dabei wird – das ist zentral – nicht von statischen Positionen einer Öffentlichkeit und Privatsphäre als Gegensatzpaar ausgegangen, sondern zunächst einmal anerkannt, dass öffentliche Artikulation in digitalen Medien gleichsam persönliche Bezugsgruppen adressieren kann. Abbildung 2 illustriert mögliche Übergänge in den Positionen der Akteur*innen in einem (angenommenen) Diskurszusammenhang, in dem zunächst die traditionellen Medien den Ton angaben (was nicht der Fall sein muss!) und entsprechend ihrer Routinen publizierten und das Geschehen in den sozialen Medien begleiteten.

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

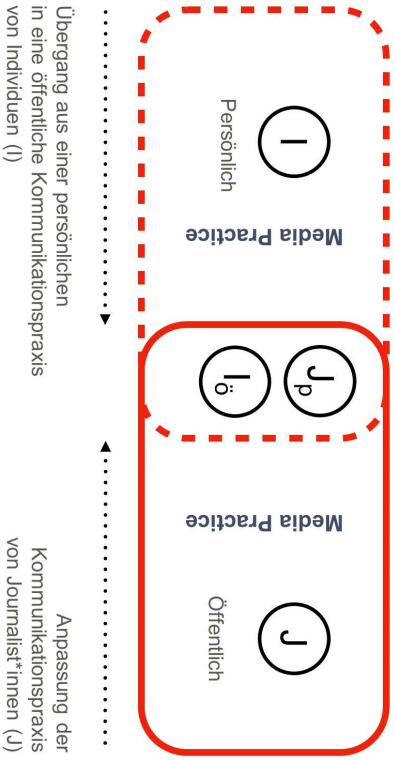


Abbildung 2: Illustration möglicher Übergänge zwischen Ebenen des Öffentlichen

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

Publikums- und Sprecher*innenpositionen können situativ oder langfristig wechseln. Aus vormals persönlich adressierten Botschaften individueller Akteur*innen können beispielsweise Beiträge zu einer öffentlichen Debatte werden ($I \rightarrow I_{ö}$). Es ist ebenfalls denkbar, dass Sprecher*innen-Positionen dauerhaft eingenommen werden, indem neue Kompetenzen mit neuen Materialitäten verknüpft werden. Umgekehrt können sich professionelle Praktiken der Kommunikation wandeln, wenn beispielsweise als Reaktion auf die Kritik individueller Akteur*innen in sozialen Netzwerken Journalist*innen aus einem Modus der sachlichen Berichterstattung in eine Position der persönlichen Augenzeugenschaft wechseln oder die Ebene der Ansprache in sozialen Medien ändern ($J \rightarrow J_{p}$). Solche Dynamiken sowie die Praktiken der Adaption und Stabilisierung von Sprecher*innen-Positionen zu erfassen, steht im Zentrum der empirischen Forschung.

„Anchoring Practices" als Vergleichsfolie

Das Konzept von *Layers of Publicness* ist eng an die von Raetzsch und Lünenborg formulierten Sets von „Anchoring Practices of Public Connection" gebunden (Raetzsch & Lünenborg, 2020). In Anlehnung an Swidler (2001) und Couldry (2012) werden diese Sets als heuristische Tools entwickelt, die es erlauben verschiedene Intensitäten der Hinwendung zu einem öffentlichen Raum bzw. zur Gesellschaft zu erfassen. Neben den Praktiken der *Informationsgewinnung* und der Suche nach Inhalten, zählen hierzu Praktiken der *sozialen Orientierung,* der *Selbstdarstellung* in (semi-)öffentlichen Umgebungen sowie *Praktiken der öffentlichen Intervention*. Während die ersten beiden Sets an Praktiken nur bedingt Spuren hinterlassen in digital vernetzten Kommunikationsumgebungen – indirekt über Referenzierungen, Verlinkungen, öffentliche Listen, Links auf Dashboards o. ä. oder über die inhaltliche Analyse und den Vergleich von Artikulationen ggf. erschlossen werden können –, manifestieren sich die Praktiken der Selbstdarstellung sowie der öffentlichen Intervention explizit im Medienhandeln der Akteur*innen. Während die Analyse der ersten beiden Sets eher qualitative, beobachtende methodische Zugänge nahelegt, sind die Konturen der letztgenannten ebenfalls in großen quantitativen Datensätzen erfassbar, die aus sozialen Medien gewonnen werden.

Anhand verschiedener Ausprägungen dieser *Anchoring Practices* wollen wir empirisch zeigen, wie Ebenen des Öffentlichen aufrechterhalten werden, wie Übergänge zwischen verschiedenen Ebenen empirisch erfassbar und in ihrer Performativität verstehbar werden. Empirische Anhaltspunkte für das Überschreiten der Ebenen lassen sich bspw. durch Änderungen in der Häufigkeit von Äußerungen zu einem Thema, Veränderungen der Adressierung sowie in der Gewinnung an Reichweite finden. Als relevant erweist sich auch die Verstetigung von Praktiken bis hin zu ihrer Institutionalisierung. Zugleich sind aber auch rein situative oder nur gelegentliche Überschreitungen der Ebenen in der Analyse zu berücksichtigen. Erst in der Verbindung von Strukturanalysen mit vertiefender qualitativer Analyse der Inhalte dieser Kommunikationsprozesse ist es möglich, einem Wandel von Praktiken auch über längere Zeiträume nachzuspüren. In Anlehnung an van Dijck's Typologie der Nutzer*innen sozialer Medien ("active creators, critics, collectors, joiners, passive spectators and inactives", van Dijck, 2009, S. 44) zielt unsere Analyse darauf ab, nach neuen Typen von Nutzer*innen Ausschau zu halten, die innerhalb eines öffentlichen Aushandlungsprozesses bspw. durch neue Praktiken der gegenseitigen Einflussnahme, Kuratierung von Inhalten oder Vernetzung von Akteur*innen auffallen. Die Praktiken dieser Nutzer*innen an den Schnittflächen verschiedener Ebenen des Öffentlichen können auf Herausforderungen journalistischer Praktiken hindeuten, die sich nicht allein auf das Erzeugen von Aussagen stützen, sondern Formen der Mobilisierung, Vernetzung und Partizipation umfassen.

5 Fazit

Unser Ziel war es aufzuzeigen, wie ein praxistheoretischer Ansatz für die Journalismusforschung fruchtbar gemacht werden kann. Ein solches Vorgehen führt weg von der fokussierten Betrachtung journalistischen Outputs zur Analyse von öffentlichen Diskursen und hin zur Beobachtung des Zusammenspiels verschiedener Gruppen von Akteur*innen, die durch ihre Praktiken Formen des Öffentlichen herstellen, etablieren oder verändern. Dabei können durch einen (langfristigen) Wandel in den Praktiken Ebenen des Öffentlichen überschritten werden, wenn nicht länger ein dichotomes Verständnis von Privatheit und

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

Öffentlichkeit zugrunde gelegt, sondern stattdessen von einem Kontinuum zwischen persönlicher und öffentlicher Adressierung ausgegangen wird. Dafür wurde ein empirischer Ansatz entwickelt, der mit einer Methodenkombination aus qualitativen Interviews und medienethnografischen Beobachtungen sowie Verfahren aus dem Bereich der computational methods zur Analyse großer Datenmengen sowohl die Praktiken einzelner Akteur*innen bzw. Gruppen von Akteur*innen als auch deren Formierung zu Diskursstrukturen zwischen sozialen und journalistischen Medien in den Blick nimmt.

Literatur

Ahva, L. (2016). Practice Theory for Journalism Studies: Operationalizing the concept of practice for the study of participation. *Journalism Studies*, *18*(12), 1523–1541. https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1139464

Anderson, C. W. (2020). Practice, Interpretation, and Meaning in Today's Digital Media Ecosystem. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *97*(2), 342–359. https://doi.org/10.1177/1077699020916807

Ang, I. (1996). *Living Room Wars*. Routldege.

Baer, H. (2015). Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism. *Feminist Media Studies*, *16*(1), 17–34. https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093070

Baym, N. K., & boyd, danah m. (2012). Socially Mediated Publicness: An Introduction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *56*(3), 320–329. https://doi.org/10.1080/08838151.2012.705200

Benson, R. (2006). News Media as a "Journalistic Field": What Bourdieu Adds to New Institutionalism, and Vice Versa. *Political Communication*, *23*(2), 187–202. https://doi.org/10.1080/10584600600629802

Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge University Press.

Bruns, A., & Burgess, J. (2011). The Use of Twitter Hashtags in the Formation of Ad Hoc Publics. In A. Bruns, & P. De Wilde (Hrsg.), *Proceedings of the 6th European Consortium for Political Research (ECPR) General Conference 2011* (S. 1–9). The European Consortium for Political Research (ECPR).

Burchell, K., Driessens, O., & Mattoni, A. (2020). Practicing Media – Mediating Practice: Introduction. *International Journal of Communication*, 14, 2775–2788.

Buschow, C. (2018). Journalistik praxistheoretisch betreiben. *Publizistik*, *63*(4), 513–534. https://doi.org/10.1007/s11616-018-0458-5

Butler, J. (1990). *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.

Butler, J. (1993). *Bodies that Matter: On the Discursive Limits of „Sex"*. Routledge.

Butler, J. (2010). Performative Agency. *Journal of Cultural Economy*, *3*(2), 147–161. https://doi.org/10.1080/17530350.2010.494117

Cammaerts, B., & Couldry, N. (2016). Digital Journalism as Practice. In T. Witschge, C. W. Anderson, D. Domingo, & A. Hermida (Hrsg.), *The SAGE handbook of digital journalism* (S. 326–340). Sage.

Cammaerts, B., Mattoni, A., & McCurdy, P. (2013). *Mediation and protest movements*. Intellect.

Carlson, M., & Lewis, S. C. (2015). *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. Routledge.

Clarke, A. (2009). From grounded theory to situational analysis. What's new? Why? How? In J. M. Morse (Hrsg.), *Developing grounded theory: the second generation* (S. 194–233). Left Coast Press.

Couldry, N. (2003). *Media rituals: a critical approach*. Routledge.

Couldry, N. (2004). Theorising media as practice. *Social Semiotics*, *14*(2), 115–132. https://doi.org/10.1080/1035033042000238295

Couldry, N. (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice* (2. Aufl.). Polity.

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

Dahlgren, P. (2005). The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication*, *22*(2), 147–162. https://doi.org/10.1080/10584600590933160

Drüeke, R., & Zobl, E. (2016). Online feminist protest against sexism: the German-language hashtag #aufschrei. *Feminist Media Studies*, *16*(1), 35–54. https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093071

Ferree, M. M., Gamson, W. A., Gerhards, J., & Rucht, D. (2002). Four models of the public sphere in modern democracies. *Theory and Society*, *31*(3), 289–324. https://doi.org/10.1023/A:1016284431021

Gentzel, P. (2015). *Praxistheorie und Mediatisierung: Grundlagen, Perspektiven und eine Kulturgeschichte der Mobilkommunikation*. Springer VS.

Gerhards, J., & Neidhardt, F. (1990). *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze*. WZB. https://bibliothek.wzb.eu/pdf/1990/iii90-101.pdf

Gherardi, S. (2016). To start practice theorizing anew: The contribution of the concepts of *agencement* and formativeness. *Organization*, *23*(5), 680–698. https://doi.org/10.1177/1350508415605174

Gießmann, S. (2018). Elemente einer Praxistheorie der Medien. *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, *10*(2), 95–109. https://doi.org/10.25969/mediarep/1228

Hutchby, I. (2001). Technologies, Texts and Affordances. *Sociology*, *35*(2), 441–456. https://doi.org/10.1177/S0038038501000219

Kavada, A. (2016). Social Movements and Political Agency in the Digital Age: A Communication Approach. *Media and Communication*, *4*(4), 8–12. https://doi.org/10.17645/mac.v4i4.691

Klaus, E. (2004). Öffentlichkeit und Privatheit: Frauenöffentlichkeiten und feministische Öffentlichkeiten. In R. Becker & B. Kortendiek (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie* (S. 209–216). Springer VS.

Klaus, E., & Drüeke, R. (Hrsg.). (2017). *Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse: Theoretische Perspektiven und empirische Befunde*. transcript.

Klinger, U. (2018). Aufstieg der Semiöffentlichkeit: Eine relationale Perspektive. *Publizistik*, *63*(2), 245–267.

Korn, M., Reißmann, W., Röhl, T., & Sittler, D. (2019). Infrastructuring Publics: A Research Perspective. In M. Korn, W. Reißmann, T. Röhl, & D. Sittler (Hrsg.), *Infrastructuring Publics* (S. 11-47). Springer VS.

Lewis, L. A. (Hrsg.). (2002). *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Routledge.

Loosen, W. (2015). The Notion of the „Blurring Boundaries": Journalism as a (de-)differentiated phenomenon. *Digital Journalism*, *3*(1), 68–84. https://doi.org/10.1080/21670811.2014.928000

Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, Community, and Action: How Nonprofit Organizations Use Social Media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *17*(3), 337–353. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01576.x

Lünenborg, M. (2012). Die Krise des Journalismus? Die Zukunft der Journalistik!: Ein Diskussionsbeitrag zur Reflexivität und Praxisrelevanz von Wissenschaft. *Publizistik*, *57*(4), 445–461. https://doi.org/10.1007/s11616-012-0161-x

Lünenborg, M., & Raetzsch, C. (2018). From Public Sphere to Performative Publics: Developing Media Practice as an Analytic Model. In S. Foellmer, M. Lünenborg & C. Raetzsch (Hrsg.), *Media Practices, Social Movements, and Performativity: Transdisciplinary Approaches* (S. 13–35). Routledge.

Maireder, A., & Schlögl, S. (2014). 24 hours of an #outcry: The networked publics of a socio-political debate. *European Journal of Communication*, *29*(6), 687–702. https://doi.org/10.1177/0267323114545710

Majchrzak, A., Faraj, S., Kane, G. C., & Azad, B. (2013). The Contradictory Influence of Social Media Affordances on Online Communal Knowledge Sharing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *19*(1), 38–55. https://doi.org/10.1111/jcc4.12030

Mattoni, A. (2020). A Media-in-Practices Approach to Investigate the Nexus Between Digital Media and Activists' Daily Political Engagement. *International Journal of Communication*, *14*, 2828–2845.

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

Milan, S. (2015). From social movements to cloud protesting: the evolution of collective identity. *Information, Communication & Society*, *18*(8), 887–900. https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043135

Nardi, B. A. (1996). Studying Context: A Comparison of Activity Theory, Situated Action Models, and Distributed Cognition. In B. A. Nardi (Hrsg.), *Context and consciousness: activity theory and human-computer interaction* (S. 35–52). MIT Press.

Neuberger, C. (2018). Journalismus in der Netzwerköffentlichkeit. In C. Nuernbergk & C. Neuberger (Hrsg.), *Journalismus im Internet* (S. 11–80). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-531-93284-2_2

Nicolini, D. (2017). Practice theory as a package of theory, method and vocabulary: Affordances and limitations. In M. Jonas, B. Littig, & A. Wroblewski (Hrsg.), *Methodological reflections on practice oriented theories* (S. 19–34). Springer.

Pentzold, C. (2016). *Zusammenarbeiten im Netz*. Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-13568-3

Poell, T. (2019). From Spheres to Trajectories of Publicness: Exploring how the 2010 Toronto G20 Protests Were Communicated through Social Media Platform. In M. Lalancette, V. Raynauld & E. Crandall (Hrsg.), *What's Trending in Canadian Politics? Understanding Transformations in Power, Media, and the Public Sphere* (S. 127–145). UBC Press.

Postill, J., & Bräuchler, B. (2010). *Theorising Media and Practice*. Berghahn.

Raabe, J. (2016). Journalismus als kulturelle Praxis. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 339–354). Springer Fachmedien.

Raetzsch, C. (2015). Innovation Through Practice. Journalism as a structure of public communication. *Journalism Practice*, *9*(1), 65–77. https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928466

Raetzsch, C., & Lünenborg, M. (2020). Anchoring Practices for Public Connection: Media Practice and Its Challenges for Journalism Studies. *International Journal of Communication*, *14*, 2868–2886.

Reckwitz, A. (2003). Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken. Eine sozialtheoretische Perspektive. *Zeitschrift für Soziologie*, *32*(4), 282–301.

Scharff, C., Smith-Prei, C., & Stehle, M. (2016). Digital feminisms: transnational activism in German protest cultures. *Feminist Media Studies*, *16*(1), 1–16. https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093069

Schatzki, T. R. (2001). Introduction: practice theory. In T. R. Schatzki, K. Knorr-Cetina, & E. von Savigny (Hrsg.), *The practice turn in contemporary theory* (S. 10–23). Routledge.

Schatzki, T. R. (2002). *The Site of the Social: A Philosophical Account of the Constitution of Social Life and Change*. Pennsylvania State University Press.

Schatzki, T. R. (2016). Praxistheorie als flache Ontologie. In H. Schäfer (Hrsg.), *Praxistheorie. Ein soziologisches Forschungsprogramm* (S. 29–44). transcript.

Schatzki, T. R., Knorr-Cetina, K., & von Savigny, E. (Hrsg.) (2001). *The practice turn in contemporary theory*. Routledge.

Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: everyday life and how it changes*. Sage.

Stephansen, H. C. (2016). Understanding citizen media as practice: agents, processes, publics. In M. Baker & B. B. Blaagaard (Hrsg.), *Citizen Media and Public Spaces* (S. 25–41). Routledge.

Swart, J., Peters, C., & Broersma, M. (2017). Repositioning news and public connection in everyday life: a user-oriented perspective on inclusiveness, engagement, relevance, and constructiveness. *Media, Culture & Society*, *39*(6), 902–918. https://doi.org/10.1177/0163443716679034

Swidler, A. (1998). Culture and Social Action. In P. Smith (Hrsg.), *The new American cultural sociology* (S. 171–187). Cambridge University Press.

Swidler, A. (2001). What anchors cultural practices. In T. R. Schatzki, K. Knorr-Cetina, & E. von Savigny (Hrsg.), *The practice turn in contemporary theory* (S. 74–92). Routledge.

Treré, E. (2018). The Sublime of Digital Activism:

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

Hybrid Media Ecologies and the New Grammar of Protest. *Journalism & Communication Monographs*, *20*(2), 137–148. https://doi.org/10.1177/1522637918770435

van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture & Society*, *31*(1), 41–58. https://doi.org/10.1177/0163443708098245

Wenger, E. (2008). *Communities of practice: learning, meaning, and identity*. Cambridge University Press.

Zelizer, B. (2015). Terms of Choice: Uncertainty, Journalism, and Crisis: Terms of Choice. *Journal of Communication*, *65*(5), 888–908. https://doi.org/10.1111/jcom.12157

© Margreth Lünenborg, Christoph Raetzsch, Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon (2020). Media Practice in performativen Öffentlichkeiten. Für eine praxistheoretische Positionierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 34-51. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70817.

Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung

Anna-Lena Wagner, Wiebke Möhring

TU Dortmund, Institut für Journalistik

Zusammenfassung

*Der theoretische Beitrag richtet seinen Fokus auf freie Mitarbeiter*innen im Lokalen in Tageszeitungen und ihren Onlineablegern. Die Akteure, die schon seit Jahrzehnten eine relevante Größe im Lokaljournalismus darstellen, haben in der Kommunikationswissenschaft bislang wenig Aufmerksamkeit erfahren. Der Beitrag liefert in zweifacher Hinsicht Anknüpfungspunkte für eine Neujustierung der Journalismusforschung: Er wählt erstens auf Akteursebene eine Definition freier Mitarbeiter*innen im Journalismus, die über bestehende Berufsfeldstudien hinausgeht. Zweitens präsentiert der Beitrag ein – in der vorgestellten Breite – neues theoretisches Modell, das die sozialintegrativen Theorien der Akteur-Struktur-Dynamiken und der Strukturationstheorie verbindet. Der Aufsatz verdeutlicht anhand konkreter Fragestellungen, dass erst eine Kombination beider Theorien dem Forschungsgegenstand und seinen vielfältigen Perspektiven gerecht werden kann sowie großes Potenzial für Arbeiten in der akteurstheoretischen Journalismusforschung bietet.*

Keywords: Akteur-Struktur-Dynamiken, Strukturationstheorie, Lokaljournalismus, freie Mitarbeiter, Tageszeitung

© Anna-Lena Wagner, Wiebke Möhring (2020). Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 52-64. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70818.

Summary

The theoretical paper focuses on freelancers in local newspapers and their websites. These actors have been relevant in local journalism for decades. However, they have received little attention in journalism studies so far. The article provides approaches for a readjustment of journalism research in two respects: Firstly, it chooses a definition of freelancers in journalism that goes beyond existing professional studies. Secondly, the paper presents a new theoretical model that combines the theories of actor-structure dynamics and structuration in detail. The article focuses on exemplary research questions concerning freelancers in local journalism. It argues that only a combination of both theories can include the object of research in its diverse perspectives. It also offers potential for actor-centred studies in journalism research.

Keywords: actor-structure dynamics, theory of structuration, local journalism, freelancers, newspapers

© Anna-Lena Wagner, Wiebke Möhring (2020). Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 52-64. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70818.

Einführung: Freie im Lokalen

Die seit Jahren anhaltenden wirtschaftlichen Schwierigkeiten von Zeitungsverlagen haben auch deutliche Auswirkungen auf die Strukturen des Lokaljournalismus: So werden z. B. in einigen Verlagen feste Redakteursstellen eingespart, Lokalausgaben werden eingestellt bzw. zusammengelegt oder die Berichterstattung aus dem Nahraum erfolgt in verlags- bzw. redaktionsübergreifenden Kooperationen (Dogruel et al., 2019; Röper, 2018, S. 219-220; Schütz, 2012, S. 580; Vonbun-Feldbauer et al., 2020, S. 59). Dadurch gewinnen freie Mitarbeiter*innen im Lokalen, die oftmals nebenberuflich für die Zeitung tätig sind (Moenikes, 2001, S. 13; Rinsdorf & Theiss, 2020, S. 59), potenziell an Bedeutung: Sie unterstützen die Redaktionen bei „chronische[m] Personalmangel" (Moenikes, 2001, S. 13) und übernehmen häufig als „Feierabend-Journalisten" (Jonscher, 1995, S. 268) die (sub-)lokale Berichterstattung aus Städten und Gemeinden, aus Stadtteilen und Ortschaften im Verbreitungsgebiet (z. B. Herrmann, 1993, S. 108-109; Koller, 1981, S. 354; Moenikes, 2001, S. 17).[1] Steindl et al. (2018) gehen auf Basis früherer Studien von „rund 122.500 haupt- wie nebenberuflichen Freien und Hobby-Journalist*innen" (S. 47) in allen Mediengattungen aus; spezifische Zahlen zum lokalen Printjournalismus liegen nicht vor.

Freie Mitarbeiter*innen im Lokalen sind eine seit langem bekannte Akteursgruppe im Journalismus: Schon seit den Anfängen der Bundesrepublik sind sie in vielen Redaktionen eine relevante Größe (z. B. Burghart, 1957, S. 12; Jonscher, 1995, S. 269). Während sich die Fachpresse (z. B. *journalist*) regelmäßig mit der Qualität der Berichterstattung von lokalen Freien, ihrer Ausbildung, Honorierung und ihrem Stellenwert in Zeitungsredaktionen (Gerschel, 1988; Münster-Göldner, 1958; Schiefer, 1957; Schröder, 2019) befasst, fehlen jedoch grundlegende wissenschaftliche Erkenntnisse zu diesen Akteuren und vor allem zu ihrer redaktionellen Einbindung. Die Journalismusforschung widmet sich freien Mitarbeiter*innen im Lokalen vorrangig in Einzelfallstudien (Moenikes, 2001; Puls, 2013; Schölgens & Potjans, 2013; Ausnahme: Rinsdorf & Theiss, 2020) oder als Nebenaspekt in Untersuchungen zum Lokaljournalismus bzw. zu freien Journalist*innen (Herrmann, 1993; Jonscher, 1995; Meyen & Springer, 2009).

Dieser Beitrag richtet sein Erkenntnisinteresse und damit die wissenschaftliche Aufmerksamkeit stärker auf die freien Mitarbeiter*innen, die in bzw. für Lokalredaktionen in Zeitungen und ihren Onlineablegern tätig sind. Er liefert damit in zweifacher Hinsicht Anknüpfungspunkte für eine Neujustierung der Journalismusforschung: Erstens wählt er auf Akteursebene eine breitere Definition für die Akteure, die an der Erstellung lokaljournalistischer Print- und Online-Angebote beteiligt sind, und weitet damit den Blick über bestehende Berufsfeldstudien hinaus (Hanitzsch, Seethaler & Wyss, 2019; Weischenberg, Malik & Scholl, 2006). Zweitens steht im Mittelpunkt des Beitrags ein in der hier vorgestellten Breite neues theoretisches Modell, welches Akteursmerkmale und Strukturen, in denen die Freien tätig sind, abbildet. Es verbindet zwei sozialintegrative Theorien: die Akteur-Struktur-Dynamiken (Schimank, 2016) und die Strukturationstheorie (Giddens, 1997). Der Aufsatz zeigt die für diese Arbeit fruchtbaren Elemente beider Theorien auf und arbeitet ihre Verbindungslinien heraus. Er greift konkrete Fragestellungen und Perspektiven lokaler freier Mitarbeit auf, um die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten zu verdeutlichen, die sich durch eine Kombination beider Theorien im Modell bieten. Es handelt sich somit um einen anwendungsorientierten Theoriebeitrag.

Ein integratives Analysemodell

Das theoretische Modell wurde als Analyseinstrument in einem Forschungsprojekt zu freien Mitarbeiter*innen im Lokalen entwickelt.[2] Dieses Projekt widmet sich vier zentralen übergeordneten Forschungsfragen. Sie liegen als Strukturierung auch diesem Beitrag in der Darstellung zugrunde:

FF1: Wer arbeitet im Lokalen als freie*r Mitarbeiter*in?

FF2: Wie organisieren Redaktionen bzw. Verlage die Tätigkeit freie*r Mitarbeiter*innen im Lokalen?

FF3: Wie lässt sich die praktische Zusammenarbeit von Freien und Lokalredaktionen beschreiben?

FF4: Wie lassen sich Strukturen und handelndes Zusammenwirken im Kontext freier Mitarbeit erklären?

© Anna-Lena Wagner, Wiebke Möhring (2020). Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 52-64. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70818.

Um Akteurs- und Strukturmerkmale und ihre Verbindung gleichermaßen theoretisch fassen zu können, ist es sinnvoll, das Forschungsfeld mithilfe von „sozialintegrativen Ansätzen" (Löffelholz & Rothenberger, 2016, S. 20) zu betrachten. Diese streben eine Überwindung der Diskrepanz von Akteurs- und Handlungstheorien auf der einen und System- und Strukturtheorien auf der anderen Seite an (Lorenz, 2017, S. 31-32; Scholl, 2013, S. 179). Dazu wird in diesem Beitrag auf die Theorieperspektiven der Akteur-Struktur-Dynamiken und der Strukturationstheorie zurückgegriffen, die in der Journalismusforschung und insbesondere in der Medienorganisationsforschung rezipiert und angewandt werden (Altmeppen, 2006; Altmeppen, Greck & Kössler, 2016; Lorenz, 2017; Neuberger, 2007, 2016; Riesmeyer, 2014; Schimank, 2007, 2016; Wyss, 2002, 2016a, 2016b). In Abbildung 1 (siehe Seite 6) sind die einzelnen Theorieelemente im Überblick dargestellt. Die Elemente der Akteur-Struktur-Dynamiken (Schimank) sind dabei mit der Farbe Orange kenntlich gemacht, während die Bestandteile der Strukturationstheorie (Giddens) in der Farbe Blau erscheinen. Im Text werden die Elemente des Modells *kursiv* dargestellt.

Kern der Akteur-Struktur-Dynamiken ist die Verbindung „von handelndem Zusammenwirken und sozialen Strukturen" (Schimank, 2007, S. 122). Damit gelangen erstens „intentional" (Schimank, 2007, S. 123) *handelnde Akteure* ins Blickfeld, deren Handeln sich anhand von vier *Akteurmodellen* beschreiben lässt (*Homo Sociologicus, Homo Oeconomicus, Emotional Man, Identitätsbehaupter*; Schimank, 2016, S. 47-48). Davon ausgehend richtet Schimank (2007) seinen Fokus besonders auf das *handelnde Zusammenwirken* (S. 122). Dieses ergibt sich, wenn Akteure feststellen, „dass ihre Intentionen sich überlagern" (Schimank, 2016, S. 189), und sie das Ziel verfolgen, diese umzusetzen (Neuberger, 2007, S. 139). Schimank (2016) unterscheidet drei Arten von *Akteuren in Konstellationen*: *Beobachtung*, *Beeinflussung* und *Verhandlung* (S. 202). Im *handelnden Zusammenwirken* ergeben sich zudem häufig Effekte von sog. Transintentionalität, die nicht den eigentlichen Zielen entsprechen (Schimank, 2007, S. 124).

Die gewählte Theorieperspektive integriert zweitens soziale Strukturen, die Schimank (2007) in *Deutungs-*, *Erwartungs-* und *Konstellationsstrukturen* differenziert (S. 125) und als „relativ dauerhafte Bewältigungsmuster der Interferenzen" (Schimank, 2016, S. 203) charakterisiert. In den *evaluativen Deutungsstrukturen* sind u. a. die „binären Codes der verschiedenen gesellschaftlichen Teilsysteme" (Schimank, 2016, S. 205) verortet, sodass die Theorieperspektive systemtheoretische Überlegungen zur funktionalen Differenzierung aufnimmt (Schimank, 2007, S. 121). Dies drückt auch der alternative Begriff „teilsystemischer Orientierungshorizont" (Neuberger, 2007, S. 141) aus. Die damit verbundenen *kognitiven Deutungsstrukturen* vereinen wiederum „allgemein anerkanntes Wissen bzw. verbreitete Wissensmuster" (Schimank, 2016, S. 205). *Erwartungsstrukturen* lassen sich als „gesellschaftliche Sollens-Vorgaben" (Lorenz, 2017, S. 44) fassen, die aus *formellen* und *informellen* Regeln bestehen (Schimank, 2016, S. 204) und sich u. a. in Organisationen wiederfinden (Altmeppen, 2006, S. 29-30). Neuberger (2016) differenziert Erwartungsstrukturen in einen *Arbeits-* und *Berufskontext* (S. 299).[3] *Konstellationsstrukturen* wiederum bilden „stabile Akteurkonstellationen" (Neuberger, 2016, S. 297) ab, bei denen „sich ein bestimmtes Muster handelnden Zusammenwirkens […] verfestigt" (Schimank, 2007, S. 126) hat. Hier lässt sich ebenfalls unterscheiden, ob das *handelnde Zusammenwirken* durch *Beobachten*, *Beeinflussen* oder *Verhandeln* geprägt ist (s. o.; Riesmeyer, 2014, S. 302-303).

Die sog. Rekursivität als „Wechselverhältnis" (Schimank, 2016, S. 23) von Handeln und Strukturen zeigt sich erstens in einer „strukturelle[n] Handlungsprägung" (Lorenz, 2017, S. 42), die sich u. a. in den *Akteurmodellen* bemerkbar macht. So ist etwa der *Homo Sociologicus* an *Erwartungsstrukturen* orientiert (Schimank, 2016, S. 47). Zweitens besteht die Option, dass *handelndes Zusammenwirken* sog. Strukturdynamiken auslöst, bei denen „die Effekte der Handlungen von Akteuren sich zu bestimmten sozialen Strukturen aggregieren" (Schimank, 2016, S. 207). Dabei können *Aufbau*, *Erhaltung* und *Veränderung* von Strukturen stattfinden (Schimank, 2016, S. 351).

Die Strukturationstheorie basiert auf der grundlegenden Annahme, dass sich soziale Systeme „durch die kontinuierliche Reproduktion ihrer Struktur durch Interaktion der handelnden Akteure" (Wyss, 2016a, S. 269) ausbilden. Damit betont sie – wie die Akteur-Struktur-Dynamiken – das Element der Rekursivität (Wyss, 2016a, S. 269). Giddens (1997) differenziert in der Strukturationstheorie analytisch drei sog. Dimensionen des Sozialen (S. 81; hierzu auch Weder, 2008, S. 352-353), die Struktur- wie

© Anna-Lena Wagner, Wiebke Möhring (2020). Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 52-64. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70818.

Handlungsebene abbilden (Ortmann, Sydow & Windeler, 1997, S. 319-320). Die sog. Vermittlungsmodalitäten stellen eine „Vermittlungsinstanz zwischen Struktur und Interaktion" (Wyss, 2016a, S. 270) dar und ermöglichen, Struktur „in empirischer Hinsicht […] fassbar und operationalisierbar" (Wyss, 2016a, S. 272) zu machen. Die Strukturationstheorie eignet sich insbesondere für organisationsbezogene Analysen, indem dort „Akteure (mit ihren Handlungen) und Struktur […] aufeinandertreffen, der Strukturationsprozess also gut beobachtet werden kann" (Scholl, 2013, S. 179).

Bei der Beschäftigung mit Handeln betont Giddens (1997) die Relevanz des sog. praktischen Bewusstseins, welches „die Abkehr von einem Verständnis des Handelns, das immer an Intention oder Ziele geknüpft ist" (Wyss, 2002, S. 56), darstellt und damit ausdrückt, „was die Handelnden stillschweigend darüber wissen, wie in den Kontexten des gesellschaftlichen Lebens zu verfahren ist" (Weder, 2008, S. 350). Wyss (2016a) spricht hierbei von „Routinisierung" (S. 268). Auf Grundlage dieser Annahmen verankert Giddens (1997) im *Stratifikationsmodell des Handelnden* die Elemente der *reflexiven Handlungssteuerung*, der *Rationalisierung des Handelns* sowie der *Motivation des Handelns* (S. 55-56). Sie drücken die Möglichkeiten aus, dass Akteure Handlungen modifizieren (Scholl, 2013, S. 179) und begründen können (Walgenbach, 2006, S. 407) sowie „Bedürfnisse […], die es veranlassen" (Giddens, 1997, S. 56), mitbringen. Struktur bewirkt, „dass soziale Praktiken in zeitlicher, sachlicher und sozialer Hinsicht nicht immer wieder neu aufgebaut werden müssen" (Wyss, 2016a, S. 269). Giddens (1997) differenziert dabei die Termini *Regeln* und *Ressourcen* (S. 75). In der Dimension der *Signifikation* finden sich *Regeln der kognitiven Ordnung* (Altmeppen, 2006, S. 32), die mit der *Kommunikation* im *sozialen Handeln* korrespondieren und „die Verständigung steuern" (Wyss, 2016a, S. 270). Sie werden durch *Interpretationsschemata* vermittelt (Altmeppen, 2006, S. 32). Der Dimension der *Legitimation* sind *Regeln der Legitimationsordnung* zugeordnet (Altmeppen, 2006, S. 32), die „zur *Rechtfertigung* von ‚korrektem' Handeln" (Wyss, 2016a, S. 270; *Hervorh. d. A.*) dienen; ihre Vermittlung erfolgt durch *Normen* (Altmeppen, 2006, S. 32). *Ressourcen der Herrschaftsordnung* finden sich in der Dimension der *Herrschaft* (Altmeppen, 2006, S. 33); sie stehen in Verbindung zur *Machtausübung* auf Interaktionsebene (Wyss, 2016a, S. 271). Als *Machtmittel* fungieren einerseits *allokative Ressourcen*, die die „Möglichkeiten, über materielle Ressourcen zu verfügen" (Wyss, 2002, S. 58), meinen. Andererseits existieren *autoritative Ressourcen*, „die die Machtausübung über andere Menschen ermöglichen" (Wyss, 2002, S. 58).

Die gemeinsame Basis des in Abbildung 1 vorgestellten Theoriemodells bilden die Akteure (grau). Wie dargestellt, gehen beide Theorien auf die Merkmale der Akteure, ihr gemeinsames Handeln und die Strukturebenen und -dimensionen ein, die rekursiv miteinander verbunden sind. In dieser Hinsicht werden die Akteur-Struktur-Dynamiken (orange) und die Strukturationstheorie (blau) im Modell parallelisiert und unter Berücksichtigung der zentralen Theorieelemente abgebildet. Die Grundlage des Modells bilden frühere Abbildungen und Vorstellungen der beiden Theorien (Altmeppen, 2006; Altmeppen, Greck & Kössler, 2016; Giddens, 1997; Neuberger, 2007, 2016; Schimank, 2007, 2016; Wyss, 2016a, 2016b). Das theoretische Modell, dem – über die Perspektive der Akteur-Struktur-Dynamiken – systemtheoretische Überlegungen zum Vorhandensein verschiedener gesellschaftlicher Teilsysteme zugrunde liegt, lässt sich grundsätzlich auf verschiedene Bereiche der Gesellschaft mit ihren Strukturen und Akteuren anwenden (z. B. Politik oder Wirtschaft). Nachfolgend wird gezeigt, wie das Modell für den Forschungsgegenstand Lokalredaktion als Analysebasis eingesetzt werden kann. Dazu werden für die vier zugrundeliegenden Forschungsfragen jeweils auf Basis früherer Studien verschiedene Perspektiven und Herausforderungen skizziert, die freie Mitarbeit im Lokalen gegenwärtig auszeichnen.

© Anna-Lena Wagner, Wiebke Möhring (2020). Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 52-64. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70818.

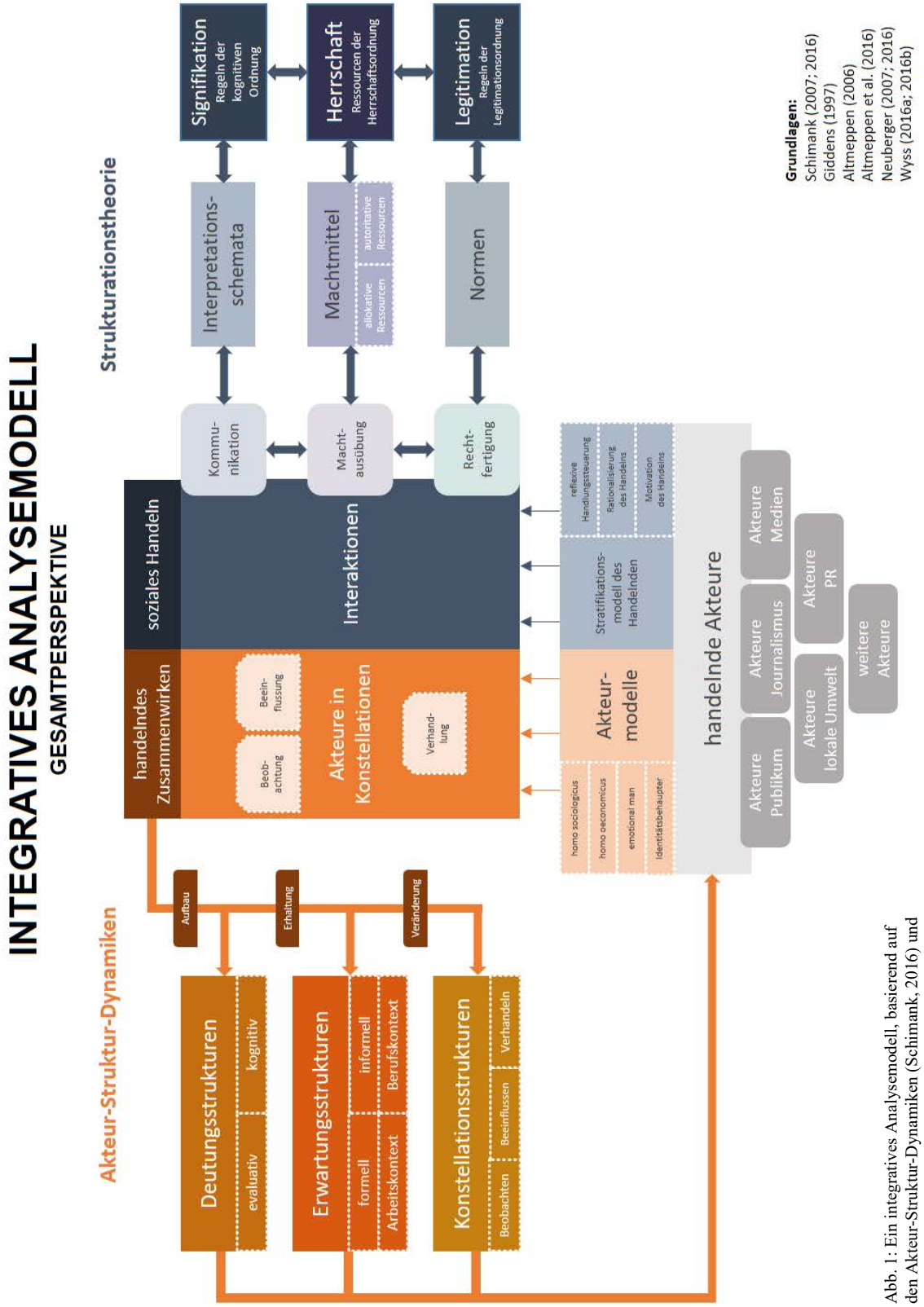


Abb. 1: Ein integratives Analysemodell, basierend auf den Akteur-Struktur-Dynamiken (Schimank, 2016) und der Strukturationstheorie (Giddens, 1997).

© Anna-Lena Wagner, Wiebke Möhring (2020). Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 52-64. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70818.

Wer arbeitet im Lokalen als freie*r Mitarbeiter*in? *(FF1)*

Auf Akteursebene interessieren die persönlichen und professionellen Merkmale der lokalen Freien, ihre Motivation und ihr Rollenselbstverständnis. Die Journalismusforschung liefert zwar zahlreiche Befunde zu diesen Merkmalen in Journalistenstudien (z. B. Hanitzsch, Seethaler & Wyss, 2019; Steindl, Lauerer & Hanitzsch, 2017; Weischenberg, Malik & Scholl, 2006), geht dabei aber nur bedingt auf die hier untersuchte Zielgruppe von freien Mitarbeiter*innen im Lokaljournalismus ein.

Etablierte Studien wählen relativ enge Definitionen, um das Berufsfeld abzustecken (Steindl, Lauerer & Hanitzsch, 2017, S. 407; Steindl, Lauerer & Hanitzsch, 2019, S. 27; Weischenberg, Malik & Scholl, 2006, S. 227): Als zentrales Merkmal gilt die Hauptberuflichkeit der Akteure, die sich darin zeigt, dass sie mindestens die Hälfte ihres Einkommens im Journalismus erwirtschaften – als festangestellte oder freiberufliche Journalist*innen. Die Berufsfeldstudien definieren weiter, dass Journalist*innen originär journalistische Tätigkeiten übernehmen, indem sie „nach *professionellen* Normen, Werten und Regeln Nachrichten auswählen, bearbeiten und veröffentlichen, dadurch eine gesellschaftliche Funktion erfüllen und einen öffentlichen Diskurs ermöglichen“ (Steindl, Lauerer & Hanitzsch, 2017, S. 407; *Hervorh. i. O.*). Steindl, Lauerer und Hanitzsch (2019) klammern im Umkehrschluss solche Akteure explizit aus, die „einer journalistischen Tätigkeit nur nebenberuflich nachgehen“ (S. 28); etablierte Studien grenzen das Berufsfeld auch gegenüber Akteuren „nicht-professioneller Laienpublizistik“ (Weischenberg, Malik & Scholl, 2006, S. 227) und „Amateur- oder Hobby-Journalisten“ (Steindl, Lauerer & Hanitzsch, 2019, S. 28) ab. Bisherige Studien zu freien Journalist*innen lehnen sich oftmals an diese Definitionen an, indem sie die Hauptberuflichkeit der Akteure voraussetzen (z. B. Obermaier & Koch, 2013; Steindl, Lauerer & Hanitzsch, 2018) oder durch die Befragung gewerkschaftlich organisierter Freiberufler*innen vorrangig diese Zielgruppe erreichen (Buckow, 2011; Hirschler, 2009; Meyen & Springer, 2009).

Lokale Freie bei Tageszeitungen und ihren Online-Ablegern erfüllen oftmals nicht – oder nur partiell – diese Kriterien: So arbeiten viele z. B. nebenberuflich in ihrer Freizeit für die Zeitung (Rinsdorf & Theiss, 2020, S. 59), sie bringen häufig keine journalistische Ausbildung und wenige Kenntnisse journalistischer Regeln mit (z. B. Moenikes, 2001, S. 82-83; Schölgens & Potjans, 2013, S. 52), einige agieren als „Öffentlichkeitsarbeiter“ (Moenikes, 2001, S. 19) für Vereine und „neigen zur gefärbten Berichterstattung“ (Moenikes, 2001, S. 19) oder ähneln in ihrer Motivation (z. B. „Ausleben der eigenen Kreativität“; Rinsdorf & Theiss, 2020, S. 62) bürgerjournalistischen Akteuren (Fröhlich, Quiring & Engesser, 2012, S. 1059). Um den Fokus auf diese vielfältigen Akteure zu richten, setzt dieser Beitrag an einem breiten Verständnis von Freien im Lokalen an. Er verwendet bewusst den Begriff freie*r Mitarbeiter*innen, um sie von der engen Definition von Journalist*innen abzugrenzen (s. o.).[4]

Entsprechend des Forschungsinteresses werden in dieser Studie nur wenige Bestimmungsmerkmale vorausgesetzt: Freie*r Mitarbeiter*in ist grundsätzlich, wer für eine lokalredaktionelle Organisation tätig ist, deren Merkmale insbesondere auf der Ebene der *Erwartungsstrukturen* im *Arbeitskontext* der Akteur-Struktur-Dynamiken bzw. in den drei Dimensionen des Sozialen der Struktrationstheorie mit ihren *Regeln* und *Ressourcen* einzuordnen sind. Inwiefern die Freien dabei typische journalistische Arbeitsrollen (Blöbaum, 2016, S. 158) ausfüllen und sich an journalistischen Programmen orientieren (Blöbaum, 2016, S. 156), wird genauso wenig vorab festgelegt wie ihre Orientierung an einem journalistischen Rollenselbstverständnis (Neuberger, 2007, S. 143), das im *Berufskontext* der *Erwartungsstrukturen* verortet ist (Neuberger, 2007, S. 143) und enge Verbindungen zu den „*evaluativen Deutungsstrukturen* des Journalismus“ (Neuberger, 2016, S. 299; *Hervorh. d. A.*) aufweist. In der Strukturationstheorie findet sich dieses in den *Interpretationsschemata* der Dimension der *Signifikation* wieder (Wyss, 2016a, S. 273). Gleichwohl wird erwartet, dass lokale Freie basale journalistische Tätigkeiten übernehmen (vgl. Steindl, Lauerer & Hanitzsch, 2017, S. 407; s. o.), beispielsweise Schreiben und Fotografieren, und nicht etwa Zeitungen austragen.

Im theoretischen Modell bieten die Akteur-Struktur-Dynamiken besonderes Potenzial, um die verschiedenen Akteure, die im Lokaljournalismus frei tätig sind und nicht per se durch ihre Hauptberuflichkeit charakterisiert werden, analytisch zu fassen. Neben ihren persönlichen und professionellen Merkmalen (z. B. journalistische Erfahrung) interessiert vor allem ihre Motivation, die sich mithilfe der *Akteurmodelle* analysieren lässt.[5]

© Anna-Lena Wagner, Wiebke Möhring (2020). Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 52-64. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70818.

Orientieren sie sich in ihrer Tätigkeit an „gesellschaftliche[n] Aufgaben" (Neuberger, 2016, S. 301) von Journalismus und sind damit als *Identitätsbehaupter* zu fassen (Neuberger 2016, S. 301)? Oder handeln sie „rational kalkulierend" (Schimank, 2016, S. 83) und arbeiten vor allem deshalb als freie Mitarbeiter*innen, weil sie als angehende Journalist*innen eine Festanstellung bei der Zeitung anstreben? An welchen journalistischen Berufsrollen (z. B. ein „unparteiischer Beobachter sein"; Hanitzsch & Lauerer, 2019, S. 141) orientieren sie sich? Ist ihr Rollenselbstverständnis überhaupt im Leistungssystem Journalismus[6] anzusiedeln – oder sehen sie sich eher als Vermittler*innen der Partikularinteressen einer bestimmten lokalen Gruppe, z. B. eines Vereins, wenn sie dem Typ „Öffentlichkeitsarbeiter" (Moenikes, 2001, S. 19) entsprechen? Worin unterscheiden sie sich in Rolle und Motivation von Bürgerjournalist*innen, die der Zeitung unentgeltlich Beiträge für ein Leserportal oder eine Vereinsbeilage (Walther & Seibel, 2015, S. 12) zukommen lassen?

Eng damit verbunden ist ihre Beziehung zu anderen Akteuren außerhalb des journalistischen Systems, die sich mithilfe der *Akteurkonstellationen* analysieren lässt: Lassen sich die nebenberuflichen Freien in ihrer Berichterstattung von ihren Hauptarbeitgebern *beeinflussen*, wenn sie z. B. in der PR für ein lokales Unternehmen im Verbreitungsgebiet tätig sind? Oder können sie möglicherweise (exklusive) Informationen für den Lokalteil generieren, weil sie am Wohnort leben und damit bessere Chancen haben, lokale Akteure zu *beobachten*? Die im Modell beispielhaft aufgeführten Akteursgruppen (grau) demonstrieren, dass die Akteure, zu denen sowohl die lokalen Freien als auch ihre Interaktionspartner*innen im *handelnden Zusammenwirken* zählen, aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen stammen.

Wie organisieren Redaktionen bzw. Verlage die Tätigkeit freie*r Mitarbeiter*innen im Lokalen? *(FF2)*

Die Freien handeln nicht autark, sondern sind in redaktionelle Strukturen eingebettet, auch wenn sie oftmals nicht persönlich in den Lokalredaktionen anwesend sind (Schölgens & Potjans, 2013, S. 45).[7] Zur Analyse dieser Merkmale lokaljournalistischer Organisationen liefern die Akteur-Struktur-Dynamiken und die Strukturationstheorie im Modell wertvolle Analyseinstrumente. So lässt sich fragen, welchen (journalistischen) Schemata die Redaktion bei ihrer Arbeit folgt. Werden z. B. klare Qualitätsziele auch für freie Mitarbeiter*innen formuliert? Diese können sich z. B. auf bestimmte Berichterstattungsmuster beziehen, die in den *kognitiven Deutungsstrukturen* der Akteur-Struktur-Dynamiken (Neuberger, 2016, S. 299) bzw. den *Interpretationsschemata* der Strukturationstheorie (Wyss, 2016a, S. 273) verankert sind. Weiter interessieren redaktionelle Richtlinien in der Zusammenarbeit mit lokalen Freien. Welche Qualifikationsanforderungen gelten für freie Mitarbeiter*innen, wie sind Honorierung und Einsätze geregelt, welche Maßstäbe gelten für eine Doppeltätigkeit in Journalismus und PR (Koch & Obermaier, 2013)? *Formelle Erwartungsstrukturen* in den Akteur-Struktur-Dynamiken sowie *Normen* in der Strukturdimension der *Legitimation* in der Strukturationstheorie gehen auf diese *Regeln* in Organisationen ein (Schimank, 2007, S. 125-126; Wyss, 2016a, S. 273). Vor dem Hintergrund der finanziellen Schwierigkeiten von Verlagen (s. o.) und der schon seit Jahrzehnten problematisierten niedrigen Honorarsätze (z. B. Hirschler, 2009, S. 43-44; Jonscher, 1995, S. 265-266) treten auch Fragen zum Budget für den Einsatz freier Mitarbeiter*innen in den Fokus. Die Strukturationstheorie bietet mit ihren *allokativen Ressourcen* eine Analysedimension (Wyss, 2002, S. 93), um sich der Thematik zu nähern; in den Akteur-Struktur-Dynamiken spielt „die Verfügung über Produktionsfaktoren, produzierte Güter oder Geld" (Ortmann, Sydow & Windeler, 1997, S. 321) keine prominente Rolle.

Wie lässt sich die praktische Zusammenarbeit von Freien und Lokalredaktionen beschreiben? *(FF3)*

Weiter ist der Fokus auf die Zusammenarbeit von festen Redaktionsmitgliedern und Freien zu richten, die sich sowohl in Strukturen als auch in losen Konstellationen zeigen kann. Auch hier stellen Elemente der Akteur-Struktur-Dynamiken und der Strukturationstheorie hilfreiche Analysemerkmale dar. Wie organisieren beispielsweise die Redaktionen die Redigatur von Beiträgen freier Mitarbeiter*innen? Wer kümmert sich in welcher Arbeitsrolle um die Bearbeitung der Freien-Texte? Welche Prüfprogramme werden angewandt? Hierarchien, Rollen und Programme sind im *Arbeitskontext* der *Erwartungsstrukturen* in den Akteur-Struktur-Dynamiken (Neuberger, 2016, S. 299) bzw. in den

© Anna-Lena Wagner, Wiebke Möhring (2020). Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 52-64. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70818.

autoritativen Ressourcen der Dimension der *Herrschaft* in der Strukturationstheorie (Wyss, 2016a, S. 273) verankert. Darüber hinaus sind auch *Konstellationsstrukturen* zwischen Freien und Redaktionsmitgliedern zu betrachten, die keine festgeschriebenen *Erwartungsstrukturen* darstellen, aber z. B. abbilden, wie ein Redakteur und eine langjährige freie Mitarbeiterin über Änderungen an Texten im Zuge der Redigatur *verhandeln*. Lose *Akteurkonstellationen*, die sich noch nicht zu Strukturen verfestigt haben, kommen z. B. vor, wenn eine Redakteurin punktuell einen freien Mitarbeiter *beeinflusst*, am Wochenende einen unliebsamen Termin zu übernehmen. Diese auf Konstellationen bezogenen Analysemerkmale gehen auf die Akteur-Struktur-Dynamiken zurück.

Wie lassen sich Strukturen und handelndes Zusammenwirken im Kontext freier Mitarbeit erklären? *(FF4)*

Wenn der Blick von den einzelnen Elementen auf die Zusammenhänge von Akteuren und Strukturen im Gesamtmodell gerichtet ist, ergeben sich weitere Anknüpfungspunkte für die Analyse freier Mitarbeit. Zentral ist dabei das Element der Rekursivität, das den Akteur-Struktur-Dynamiken und der Strukturationstheorie gemein ist. Warum deuten z. B. Studien darauf hin, dass in Lokalredaktionen die Redigatur fortwährend eine eher geringe Rolle spielt (Moenikes, 2001, S. 75-76; Schölgens & Potjans, 2013, S. 61)? Aus Perspektive der Strukturdynamiken, die sich in den Akteur-Struktur-Dynamiken finden, lässt sich dies als *Erhalt* von Strukturen betrachten, der etwa durch fehlende gegenseitige *Beobachtung* der festen und freien Mitarbeiter*innen bedingt sein kann, die sich selten persönlich treffen (s. o.).

Im Sinne der Rekursivität lässt sich weiter fragen, ob die Strukturen im Handeln tatsächlich ihre Wirkung entfalten. Insbesondere die Strukturationstheorie liefert hierzu mit ihren drei Dimensionen des Sozialen, die Struktur- und Handlungsebene fassen (s. o.), Anknüpfungspunkte: Arbeitet z. B. eine Redaktion entsprechend ihrer festgelegten Vorgaben tatsächlich nur mit freien Mitarbeiter*innen zusammen, die bestimmte Qualifikationsanforderungen wie ein journalistisches Praktikum mitbringen? Werden also die *Regeln der Legitimationsordnung* zur *Rechtfertigung* des Handelns angewandt? Wenn nein, warum nicht? Gründe lassen sich z. B. in der „These der ‚horizontalen' Rekursivität" (Wyss, 2016a, S. 274)[8] finden, die sich auf die Kompatibilität der drei Dimensionen des Sozialen bezieht. So können beispielsweise die Dimensionen der *Legitimation* und der *Herrschaft* nicht „viabel" (Wyss, 2002, S. 145) sein, weil *allokative Ressourcen* (z. B. Personal) fehlen. *Normen* können so ihre Wirkung in der *Rechtfertigung* auf Interaktionsebene nicht entfalten (hierzu auch Wyss, 2016a, S. 274). Weil also die Redaktion wegen Personalmangels dringend auf freie Mitarbeiter*innen angewiesen ist, hat sie weniger Spielraum, strukturelle Qualifikationsanforderungen tatsächlich auch im Handeln zu rechtfertigen.

Zusammenfassung: Ansätze für eine Neujustierung der Journalismusforschung

Die theoretischen Überlegungen und ihre Anwendung auf den Forschungsgegenstand zeigen aus Analysesicht die ertragreiche Verbindung beider Theorien zu einem gemeinsamen Modell, welches der Komplexität des Themas gerecht werden kann. Beide Theorien bieten exklusive Dimensionen: Ausdrücklich geht nur die Strukturationstheorie auf *allokative Ressourcen* ein, die für die Analyse des Themas freie Mitarbeit, das eng mit finanziellen Fragen zu Budgets und Honorierung verbunden ist, zentral sind. Speziell die *Akteurmodelle* in den Akteur-Struktur-Dynamiken sind für die Analyse von Motivationen sehr fruchtbar. Auch die in der Schimankschen Theorieperspektive enthaltenen *Konstellationsstrukturen* und *Akteurkonstellationen* mit den Analysemerkmalen *Beobachten*, *Beeinflussen* und *Verhandeln* stellen Elemente dar, die ein wertvolles Analyseinstrument zur Beschreibung der – oft auch punktuellen – Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure im Kontext freier Mitarbeit darstellen.

Auf den Strukturebenen finden sich Merkmale, die sich in den Theorien überschneiden: Dies betrifft die *kognitiven Deutungsstrukturen* (Akteur-Struktur-Dynamiken) und die *Regeln der kognitiven Ordnung* (Strukturationstheorie), die z. B. Berichterstattungsmuster abbilden. Fragen nach *formellen* und *informellen* Regelungen im Arbeitsalltag lassen sich in den *Erwartungsstrukturen* in den Akteur-Struktur-Dynamiken und den *Regeln der Legitimationsordnung* in der Strukturationstheorie verorten; die Analyse von Redaktionsabläufen und -hierarchien erfolgt vorrangig im *Arbeitskontext* der *Erwartungsstrukturen* (Akteur-Struktur-Dynamiken) und in den *autoritativen*

© Anna-Lena Wagner, Wiebke Möhring (2020). Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 52-64. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70818.

Ressourcen der Herrschaftsordnung (Strukturationstheorie). Beide Theorien betonen die Rekursivität von Handeln und Strukturen, wobei ihre Elemente jeweils unterschiedliche Schwerpunkte setzen: Während die Akteur-Struktur-Dynamiken mithilfe der Elemente *Aufbau*, *Erhaltung* und *Veränderung* detaillierte Analysen der Modifikationen von Strukturen durch *handelndes Zusammenwirken* erlauben, schärft die Strukturationstheorie u. a. den Blick darauf, dass die drei Dimensionen des Sozialen auch untereinander kompatibel sein müssen.

Das theoretische Modell drückt durch das nebeneinandergestellte Miteinander beider Theorien ihre Verbindungslinien aus, ohne die Individualität der Perspektiven aufzugeben. Es geht damit über bisherige journalismustheoretische Modellierungen hinaus. In der Anwendung auf die jeweiligen Fragestellungen lokaler freier Mitarbeit werden die – im Sprachgebrauch Schimanks (2016) – fruchtbaren „Werkzeuge" (S. 351) von Akteur-Struktur-Dynamiken und/oder Strukturationstheorie ausgewählt. Sie werden in ihrem jeweiligen Theoriekontext betrachtet; ihre gemeinsame Klammer bildet die rekursive Verbindung von Handeln und Strukturen. Das Modell lässt sich grundsätzlich auch auf andere Fragestellungen der Journalismusforschung übertragen, z. B. bei einer Untersuchung des handelnden Zusammenwirkens professioneller Journalist*innen in Fernsehredaktionen.

Potenzial für eine Neujustierung der Journalismusforschung bietet auch der erweiterte akteurstheoretische Fokus auf freie Mitarbeiter*innen im Lokalen, die oftmals nicht den bewährten Definitionen von Journalist*innen entsprechen. Sie werden hier zunächst in ihrer Breite erfasst – unabhängig davon, ob sie z. B. mit ihren Rollenselbstbildern tatsächlich dem Leistungssystem Journalismus zuzuordnen sind. Durch den Fokus auf ihre Tätigkeit in Strukturen journalistischer Organisationen, in denen sie etwa redaktionellen Prüfprozessen und Qualifikationsanforderungen unterliegen, ist gleichwohl gesichert, dass es einen grundsätzlichen Bezug zum Journalismus gibt (hierzu auch Rinsdorf & Theiss, 2020, S. 66). Das Theoriemodell bietet das Potenzial, die freien Mitarbeiter*innen nachträglich näher zu typisieren und beispielsweise zu analysieren, wer nicht nur als freie*r Mitarbeiter*in, sondern auch als freier Journalist*in entsprechend den Definitionsmerkmalen früherer Berufsfeldstudien zu charakterisieren ist.

Das hier vorgestellte Forschungsprojekt widmet sich im nächsten Schritt in mehreren empirischen Studien der Beantwortung der Forschungsfragen und den skizzierten Perspektiven und Herausforderungen lokaler freier Mitarbeit. In einer Online-Befragung werden die persönlichen und beruflichen Merkmale sowie Tätigkeiten lokaler freier Mitarbeiter*innen in Tageszeitungsredaktionen erfasst und ihre Bewertungen der Zusammenarbeit mit der Redaktion ermittelt. Erkenntnisse aus Leitfadeninterviews mit Verantwortlichen aus Chef- und Lokalredaktionen liefern Hinweise auf die redaktionelle Einbindung der Freien, das praktische Redaktionsmanagement sowie rechtliche und finanzielle Rahmenbedingungen. Die erwarteten Ergebnisse dieser Methodenkombination sollen Antworten auf die beispielhaft aufgeworfenen Fragestellungen geben und damit eine aktuelle Einschätzung der gegenwärtigen Situation lokaler freier Mitarbeit im theoretischen Kontext von Akteuren und Strukturen ermöglichen.

Anmerkungen

[1] Viele Lokalausgaben in Deutschland beziehen sich auf mehrere Städte und Gemeinden (Schönbach, 1997, S. 133; Schütz, 2016).

[2] Das DFG-Projekt „Freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Lokalen" ist an der TU Dortmund angesiedelt und untersucht in mehreren Befragungsstudien die Akteursmerkmale von Freien sowie ihre Einbindung in lokalredaktionelle Strukturen.

[3] Dies erfolgt beim spezifischen Blick auf „*Journalismus* als systembezogene Akteurkonstellation" (Neuberger, 2016; *Hervorh. d. A.*).

[4] Gleichwohl werden hauptberufliche Freie in dieser Studie nicht ausgeschlossen, wie es z. B. in der Untersuchung von Rinsdorf & Theiss (2020) der Fall ist.

[5] Auch die Strukturationstheorie befasst sich im *Stratifikationsmodell* mit der *Motivation des Handelns*. Giddens (1997) spricht dieser aber weniger Relevanz zu (S. 57).

[6] In Anlehnung an Neuberger (2007) wird hier Journalismus als „ein Leistungssystem innerhalb des

© Anna-Lena Wagner, Wiebke Möhring (2020). Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 52-64. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70818.

funktional ausdifferenzierten gesellschaftlichen Teilsystems Öffentlichkeit“ (S. 141) betrachtet.

[7] Eine regelmäßige Anwesenheit von Freien in der Redaktion zählt zudem zu den „Indizien für Scheinselbstständigkeit“ (Lungmus, 2016, S. 18).

[8] Das hiesige Modell (vgl. Abb. 1) bildet die drei Dimensionen des Sozialen im Gegensatz z. B. zur Abbildung von Wyss (2016a, S. 270) um 90 Grad gedreht ab. Dies ist bedingt durch die parallele Darstellung mit den Elementen der Akteur-Struktur-Dynamiken. Somit handelt es sich in diesem Modell eigentlich um eine ‚vertikale‘ Rekursivität. Unabhängig von den Begrifflichkeiten verdeutlichen die Pfeile, dass Handeln und Strukturen und die drei Dimensionen des Sozialen untereinander verbunden sind.

Literaturverzeichnis

Altmeppen, K.-D. (2006). *Journalismus und Medien als Organisationen. Leistungen, Strukturen und Management*. VS.

Altmeppen, K.-D., Greck, R. & Kössler, T. (2016). Journalismus und Medien. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 603-618). Springer.

Blöbaum, B. (2016). Journalismus als Funktionssystem der Gesellschaft. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 151-163). Springer.

Buckow, I. (2011). *Freie Journalisten und ihre berufliche Identität. Eine Umfrage unter den Mitgliedern des Journalistenverbands Freischreiber*. VS.

Burghart, H. (1957). Das Problem der 'Nebenberufler'. Utopie und Wirklichkeit. *journalist, 7*(5), 12.

Dogruel, L., Berghofer, S., Vonbun-Feldbauer, R. & Beck, K. (2019). Die Publizistische Einheit als Auslaufmodell: Zur abnehmenden Validität eines pressestatistischen Standardmaßes. *Publizistik, 64*(3), 329-344. https://doi.org/10.1007/s11616-019-00505-2

Fröhlich, R., Quiring, O. & Engesser, S. (2012). Between idiosyncratic self-interests and professional standards: A contribution to the understanding of participatory journalism in Web 2.0. Results from an online survey in Germany. *Journalism, 13*(8), 1041-1063.

Gerschel, A. (1988). Freie Journalisten bei Printmedien. Sozialer und rechtlicher Status eines publizistischen Berufsfeldes. *journalist, o. Jg. (8) 49-60.*

Giddens, A. (1997). *Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung* (3. Aufl.). Campus.

Hanitzsch, T. & Lauerer, C. (2019). Berufliches Rollenverständnis. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (S. 135-161). Springer.

Hanitzsch, T., Seethaler, J. & Wyss, V. (Hrsg.). (2019). *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Springer.

Herrmann, C. (1993). *Im Dienste der örtlichen Lebenswelt. Lokale Presse im ländlichen Raum*. Westdt. Verl.

Hirschler, M. (2009). *Arbeitsbedingungen freier Journalisten. Bericht zu einer Umfrage unter freien Journalisten*. Deutscher Journalistenverband (DJV).

Jonscher, N. (1995). *Lokale Publizistik. Theorie und Praxis der örtlichen Berichterstattung. Ein Lehrbuch*. Westdt. Verlag.

Koch, T. & Obermaier, M. (2013). Schwieriger Spagat. Eine quantitative Befragung freier Journalisten mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich. *Studies in Communication | Media, 2*(1), 115-127. https://doi.org/10.5771/2192-4007-2013-1-115

Koller, B. (1981). *Lokalredaktion und Autonomie. Eine Untersuchung in Außenredaktionen regionaler Tageszeitungen*. Verl. der Nürnberger Forschungsvereinigung.

Löffelholz, M. & Rothenberger, L. (2016). Einführung und Überblick. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 11-25). Springer.

Lorenz, H. (2017). *Im Spannungsfeld von Wollen, Sollen und Können. Brüsseler Agenturjournalisten als Nachrichtendienstleister*. Nomos.

© Anna-Lena Wagner, Wiebke Möhring (2020). Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 52-64. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70818.

Lungmus, M. (2016). Willkommen in der Branche der Scheinselbstständigen. *journalist, o. Jg.* (3), 18-21.

Meyen, M. & Springer, N. (2009). *Freie Journalisten in Deutschland. Ein Report*. UVK.

Moenikes, M. (2001). *Hobby: Journalist. Freie Mitarbeiter in lokalen Tageszeitungen*. Westdt. Verl.

Münster-Göldner, R. (1958). Die freien Mitarbeiter. Stiefkinder der Redaktionen. *Der Journalist. Handbuch für den Publizisten* (4), 189-194.

Neuberger, C. (2007). Beobachten, Beeinflussen und Verhandeln via Öffentlichkeit: Journalismus und gesellschaftliche Strukturdynamik. In K.-D. Altmeppen, T. Hanitzsch & C. Schlüter (Hrsg.), *Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation* (S. 139-161). VS.

Neuberger, C. (2016). Journalismus als systembezogene Akteurkonstellation. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 295-308). Springer.

Obermaier, M. & Koch, T. (2013). Von der Doppelrolle. Auswirkungen von Inter-Rollenkonflikten freier Journalisten mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich. *Medien & Kommunikationswissenschaft, 61*(3), 406-419.

Ortmann, G., Sydow, J. & Windeler, A. (1997). Organisation als reflexive Strukturation. In G. Ortmann, J. Sydow & K. Türk (Hrsg.), *Theorien der Organisation. Die Rückkehr der Gesellschaft* (S. 315-354). Westdt. Verl.

Puls, M. (2013). Von Profis und Hobbyschreibern. Freie Journalisten in Deutschland. In H. Pöttker & A. Vehmeier (Hrsg.), *Das verkannte Ressort. Probleme und Perspektiven des Lokaljournalismus* (S. 27-38). Springer.

Riesmeyer, C. (2014). Von Macht und Ohnmacht. Das Verhältnis zwischen Journalisten und Pressesprechern aus akteurstheoretischer Perspektive. In B. Stark, O. Quiring & N. Jackob (Hrsg.), *Von der Gutenberg-Galaxis zur Google-Galaxis. Alte und neue Grenzvermessungen nach 50 Jahren DGPuK* (S. 289-308). UVK.

Rinsdorf, L. & Theiss, L. (2020). Leidenschaftliche Amateur*innen oder kühle Profis: Zum Integrationspotenzial der freien Mitarbeiter*innen lokaler Tageszeitungen. In V. Gehrau, A. Waldherr & A. Scholl (Hrsg.), *Integration durch Kommunikation: Jahrbuch der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2019* (S. 57-67). Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. https://doi.org/10.21241/ssoar.66416

Röper, H. (2018). Zeitungsmarkt 2018: Pressekonzentration steigt rasant. Daten zur Konzentration der Tagespresse in Deutschland im I. Quartal 2018. *Media Perspektiven, o. Jg.* (5), 216-234.

Schiefer, A. (1957). Die „Nebenberuflichen". Der Abbau der „journalistischen Reservearmee" muß in den Lokalredaktionen beginnen. *journalist, o. Jg.* (2), 10-12.

Schimank, U. (2007). Handeln in Konstellationen: Die reflexive Konstitution von handelndem Zusammenwirken und sozialen Strukturen. In K.-D. Altmeppen, T. Hanitzsch & C. Schlüter (Hrsg.), *Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation* (S. 121-137). VS.

Schimank, U. (2016). *Handeln und Strukturen. Einführung in die akteurtheoretische Soziologie* (5., durchgesehene Auflage). Beltz Juventa.

Schölgens, G. & Potjans, M. (2013). Weiterbildungsbedarf von freien Lokaljournalisten. Ziele und Ergebnisse des INLOK-Pilotprojekts. In H. Pöttker & A. Vehmeier (Hrsg.), *Das verkannte Ressort. Probleme und Perspektiven des Lokaljournalismus* (S. 39-62). Springer VS.

Scholl, A. (2013). Theorien des Journalismus im Vergleich. In K. Meier & C. Neuberger (Hrsg.), *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven* (S. 165-195). Nomos.

Schönbach, K. (Hrsg.). (1997). *Zeitungen in den Neunzigern: Faktoren ihres Erfolgs. 350 Tageszeitungen auf dem Prüfstand*. ZV.

Schröder, C. (2019). Wie Journalisten zweiter Klasse. Freie Journalisten. https://www.journalist.de/startseite/meldungen/detail/article/wie-journalisten-zweiter-klasse.html. Zugegriffen: 13. Juni 2020.

© Anna-Lena Wagner, Wiebke Möhring (2020). Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 52-64. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70818.

Schütz, W. J. (2012). Deutsche Tagespresse 2012. Ergebnisse der aktuellen Stichtagssammlung. *Media Perspektiven, o. Jg.*(11), 570-593.

Schütz, W. J. (2016). *Zeitungen in Deutschland (Teil 3). Verlage und ihr publizistisches Angebot 1949 - 2012*. Vistas (Unter Mitarbeit von Dieter Stürzebecher).

Steindl, N., Lauerer, C. & Hanitzsch, T. (2017). Journalismus in Deutschland. Aktuelle Befunde zu Kontinuität und Wandel im deutschen Journalismus. *Publizistik, 62*(4), 401-423.

Lauerer, C. & Hanitzsch, T. (2018). "Die Zukunft ist frei!". Eine Bestandsaufnahme des freien Journalismus in Deutschland. *Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung, 1*(1), 47-59.

Steindl, N., Lauerer, C. & Hanitzsch, T. (2019). Die methodische Anlage der Studie. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (S. 25-50). Springer.

Vonbun-Feldbauer, R., Grüblbauer, J., Berghofer, S., Krone, J., Beck, K., Steffan, D. & Dogruel, L. (2020). *Regionaler Pressemarkt und Publizistische Vielfalt. Strukturen und Inhalte der Regionalpresse in Deutschland und Österreich 1995-2015*. Springer.

Walgenbach, P. (2006). Die Strukturationstheorie. In A. Kieser & M. Ebers (Hrsg.), *Organisationstheorien* (6., erw. Aufl., S. 403-426). Kohlhammer.

Walther, K. & Seibel, I. (2015). Spektrum. Regionales Schaufenster. *medium. magazin für journalisten, o. Jg.* (9), 10-12.

Weder, F. (2008). Produktion und Reproduktion von Öffentlichkeit: Über die Möglichkeiten, die Strukturationstheorie von Anthony Giddens für die Kommunikationswissenschaft nutzbar zu machen. In C. Winter, A. Hepp & F. Krotz (Hrsg.), *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen* (S. 345-361). VS.

Weischenberg, S., Malik, M. & Scholl, A. (2006). *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. UVK.*

Wyss, V. (2002). *Redaktionelles Qualitätsmanagement. Ziele, Normen, Ressourcen*. Konstanz: UVK.

Wyss, V. (2016a). Journalismus als duale Struktur. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 265-279). Springer.

Wyss, V. (2016b). Qualitätsmanagement in Redaktionen. In K. Meier & C. Neuberger (Hrsg.), *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven* (2., aktual. und erw. Aufl., S. 159-182). Nomos.

© Anna-Lena Wagner, Wiebke Möhring (2020). Eine weitgehend unbekannte Größe: Freie im Lokalen. Ein sozialintegratives Theoriemodell als Ansatz für eine Neujustierung der Journalismusforschung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 52-64. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70818.

Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?

Marlis Prinzing, Sebastian Pranz

Fakultät Medien der Hochschule Macromedia Köln, Fakultät Medien der Hochschule Macromedia Stuttgart

Zusammenfassung

*Das Verhältnis zwischen journalistischen Medien und international agierenden Intermediären, ist zu einer Schlüsselfrage gesellschaftlicher Öffentlichkeiten geworden. Plattformdienste, die Aufmerksamkeit durch Aggregieren, Auswählen und Präsentieren von Inhalten generieren, tragen wesentlich zur Meinungsbildung der Gesellschaft und zur öffentlichen Kommunikation bei. Medienorganisationen sind zunehmend gefordert, publizistische und ökonomische Entscheidungen auch im Lichte einer eigenen Plattformstrategie abzuwägen: Plattformdienste versprechen eine größere Reichweite, Publizität und Leser*innennähe, bringen aber insbesondere Zeitungshäuser in eine strukturelle Abhängigkeit und zwingen sie dazu, Kontrollverluste einzukalkulieren, etwa über die Daten ihrer eigenen Zielgruppen. Der Beitrag reflektiert die internationale Forschung über Plattformdienste und fragt nach deren spezifischen Leistungen für den Journalismus. Vor diesem Hintergrund werden fünf journalistische Unternehmer*innen befragt, die in den letzten Jahren alternative Medienprojekte im deutschsprachigen Markt initiiert haben, sowie zwei Experten aus dem Feld der Medienpolitik. Die explorative Untersuchung zeigt, dass diese Neugründungen im Kontext einer plattformisierten Medienlandschaft auf maximale Unabhängigkeit von globalen Plattformdiensten setzen und die von diesen offerierten infrastrukturellen Vorteile bewusst gegen die deliberative Leistungsfähigkeit ihres eigenen Mediums abwägen.*

Keywords: Plattformen, Intermediäre, Deliberation, Entrepreneurial Journalism

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

Summary

The relationship between journalistic media and internationally active intermediaries has become a vital issue for public spheres. Plattform based services generate attention by aggregating, selecting, and presenting content, thus contributing to public opinion-forming and societal communication. Media outlets are increasingly challenged to weigh up publishing decisions and economic arrangements in the light of a platform strategy: Intermediaries offer an increase in reach, publicity, and reader participation. On the other hand, they impose structural dependence and force news-outlets to give up control, i.e. regarding data-ownership. Against the background of recent contributions by international platform studies, this paper discusses the services platforms offer to journalism. We then present an explorative study of five journalistic entrepreneurs who successfully initiated alternative media projects in Germany and Switzerland. Two interviews with experts from the field of media politics accomplish the data. In the context of a platformed media landscape, these start-ups rely on maximum independence from global platform services and consciously weigh the infrastructural advantages offered by these services against their own medium's deliberative power.

Keywords: Platform studies, Deliberation, Entrepreneurial Journalism

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

1. Einleitung

Wie die globalen Tech-Plattformen als Intermediäre[1] den gesellschaftlichen Diskurs beeinflussen, wurde in den letzten Jahren oft erforscht und beschrieben. Das Ringen um die Deutungshoheit in der digitalen Öffentlichkeit ist jedoch längst nicht entschieden. In den vergangenen Jahren entstanden Journalismuskonzepte, die vor dem Hintergrund einer plattformisierten Medienlandschaft auf die Kraft des Diskurses, auf Deliberation und publizistische Verantwortung setzen. Dieser Beitrag analysiert, mit welchen Ideen und Vorstellungen sie antreten, um in Abgrenzung zu vielen traditionellen Journalismusangeboten wie auch zu den globalen Intermediären einen relevanten Kommunikationsraum zu schaffen und zu besetzen. Zunächst wird das Rollenspiel der Intermediäre mit dem Journalismus und der öffentlichen Meinung umrissen. Dann folgen Zugriffe auf die Begrifflichkeit und die Varianten digitaler Plattformen, aus denen ein vierdimensionaler Plattformbegriff abgeleitet wird. Dieser dient dazu, ausgewählte journalistische Gründungen zu erfassen und die jeweiligen Plattformstrategien zu beschreiben.

Studien belegen seit den 2010er-Jahren den immensen Einfluss von Facebook auf die öffentliche Meinung. 47 Prozent der US-Bevölkerung bezogen ihre News über Facebook (Shearer & Gottfried, 2017), etwa gleich viele erlagen dem „Sleeper Effekt“: Sie konnten nicht sagen, von welcher Medienmarke oder Quelle sie Nachrichten bezogen, Jüngere noch seltener als Ältere (Lu, 2017) . Global agierende Plattformen übernahmen als Intermediäre zwar Rollen klassischer Medienhäuser und prägten zunehmend den öffentlichen Diskurs, entzogen und entziehen sich aber einer den klassischen Medienhäusern vergleichbaren Regulierung und Selbstregulierung. Sie winden sich aus der Verantwortung und setzen auch fragwürdige Deutungsrahmen: In einer der ersten Reaktionen auf den Vorwurf, Lügen zu verbreiten, wurden falsche Versprechen über ein Produkt nur dann als Verstoß markiert, wenn sie als Anzeige gekennzeichnet waren, Lügen nur, wenn sie als News markiert waren, verschwörungstheoretische Videos nur, wenn darin User*innen beleidigt wurden (Herman, 2016). Die Folgen des Einflusses dieser Art von „Platform Press“ schätzen Wissenschaftler schon länger als vergleichbar einschneidend ein wie jene der Digitalisierung insgesamt (Lu, 2017).

Wenn Luhmann (1996, S. 9) für die massenmediale Öffentlichkeit einen grundlegenden „Manipulationsverdacht“ diagnostiziert hat, dann gilt das inzwischen auch für die Plattformöffentlichkeit: Skandale (z. B. bezogen auf Cambridge Analytica und die Datenweitergabe oder auf mutmaßliche Manipulationen vor den amerikanischen Präsidentschaftswahlen 2016), Desinformation und Hassrede schürten in der Bevölkerung die Skepsis. Nahezu jede zweite Internetznutzer*in in Deutschland vertraut laut dem Digital News Report für 2019 zwar Nachrichten, aber nicht den sozialen Medien, Tendenz: sinkend. Auch bei jüngeren Mediennutzer*innen liegen die Vertrauenswerte bei nur 12 Prozent. Sie bevorzugen im Internet bei der Nachrichtennutzung ebenfalls traditionelle redaktionell betreute Angebote: Die meisten greifen am häufigsten direkt auf die Website oder auf die App einer Medienmarke zu (Newman et al., 2019).

Doch die Macht der Plattformen ist weiterhin riesig, z. B. dank der riesigen Datenschätze, über die sie verfügen. Der Ruf nach mehr Medienkompetenz der Bürger*innen erschallt zwar oft, aber ihm folgen nicht systematisch Taten (Wied et al., 2020). Kommt hinzu: Facebook & Co. spielen mit der digitalen Öffentlichkeit. Das illustriert auch so manche Projektidee des Unternehmens: Facebook erwog z. B. ein Abo-Modell, angeblich um Journalismus zu stärken. Die Gebühren sollten zwar in die Kassen der Medienunternehmen fließen, an Facebook aber die Zahlungsinformationen der Kund*innen (vgl. Nechushtai, 2018, S. 1051). Ein anderer Vorschlag war: Nutzer*innen sollten Nachrichten rangieren und jene nach vorne bringen, die sie für wichtig, informativ und glaubwürdig hielten. Zudem sollte die Community auch Standards setzen, also Normen, welche Quellen und politischen Positionen es nach vorne schaffen sollten. Beides wäre geeignet gewesen, Grundfesten einer professionellen journalistischen und demokratischen Kultur auszuhöhlen. Quellenrankings z. B. könnten positionierten und tendenziell extremen Gegenöffentlichkeiten leicht ein Übergewicht verschaffen gegenüber journalistischen Kriterien folgenden Darstellungen. Außerdem würden sie ethische Qualitätsgrundsätze aushebeln wie den, mehrere Sichtweisen darzulegen und in diesem Sinn ausgewogen zu berichten. Und: solche Pläne brächten Intermediäre auf die gleiche Stufe wie professionelle Medien – weiterhin ohne sich kontrollieren, regulieren und hinter die Kulissen schauen zu lassen. Der Zugang zu relevanten Daten bleibt weiterhin oft auch der Forschung verwehrt.[2]

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

Obwohl manches eine Idee blieb, besteht anhaltend der Eindruck, dass der Einfluss von Intermediären auf die öffentliche Meinung und auf den öffentlichen Diskurs übermächtig ist. Das mündete in einer Vielzahl von Überlegungen auf nationaler und internationaler Ebene, auf der Ebene von Unternehmen, Verbänden und Nichtregierungsorganisationen, oder auf transnationaler Ebene wie bei den Internetgovernanceforen der Unesco, die im Multistakeholderprinzip möglichst breite Expertise versammeln sollen. Das Bundeswirtschaftsministerium kündigte im September 2019 an, bei der Telemediengesetznovelle das Online-Tracking regeln zu wollen; auf EU-Ebene wird über ein Gesetz für digitale Dienstleister nachgedacht; in den USA begannen Justizbehörden diverser Bundesstaaten im September 2019 eine kartellrechtliche Untersuchung marktführender Online-Plattformen. Die Nichtregierungsorganisation Algorithm Watch stieß einen partizipativen Entwicklungsprozess an, um innovative Governance-Maßnahmen zu entwickeln, einen öffentlichen Diskursraum zu schaffen und die Beratungsprozesse zu begleiten (Algorithmwatch, 2019). Weiterhin gibt es jedoch keine institutionalisierte Bündelung digitaler Themen zur digitalen Gesellschaft in Deutschland in einem als Multistakeholder-Gremium strukturierten unabhängigen Digitalrat (Prinzing, 2019).

2. Der Plattformbegriff als Narrativ

Die Geschichte des Plattformbegriffs ist eng mit der ersten großen Krise des Webs Anfang der 2000er-Jahre verbunden. Während die Dotcom-Blase platzte und die junge Internet-Economy an den Rand des Abgrunds rückte, wurde der Software-Entwickler Tim O'Reilly zu einer Brainstorming-Session geladen, in der es um die Zukunft der Web-Technologie – und damit um die Zukunft der Branche ging. O'Reillys Konzept des „Web 2.0" wird bis heute als visionäre Leistung gewürdigt. Damals war es aber vor allem eines: ein Narrativ, an dem sich eine ganze Branche wieder aufrichten konnte. Das Internet, so O'Reilly, erlebe keinen Zusammenbruch und auch keinen ‚Overhype', sondern vielmehr einen Umbruch wie er typisch für technische Revolutionen sei: „What's more, the companies that had survived the collapse seemed to have some things in common. Could it be that the dot-com collapse marked some kind of turning point for the web, such that a call to action such as "Web 2.0" might make sense?" (O'Reilly, 2005) Seine programmatische Neuausrichtung orientierte sich entlang von sieben Prinzipien, beginnend mit „The Web As Platform". O'Reilly ging dabei von einer technischen Definition der Plattform als Entwicklungsumgebung aus, die er in einem klugen diskursiven Zug jedoch allgemein anschlussfähig machte: „In classic O'Reilly style, he draws a term from the computational lexicon, further loosens it from the specific technical meaning and layers on to it both a cyber-political sense of liberty and an info-business taste of opportunity" (Gillespie, 2010, S. 345).

Der Plattformbegriff konnte sich bis heute nicht von der Ambivalenz lösen, die Teil seiner Erfolgsgeschichte ist.[3] Die Plattform steht für „empowerment" und „democratization" (Beer, 2009), für Vereinnahmung (Nechushtai, 2018), für Monopolbildung und Sharing Economy (Dobusch, 2016), für Publikumspartizipation und Reichweite und nicht zuletzt für ein mediales Ökosystem mit eigenen Geschäftsmodellen. Dass die begriffliche Unschärfe eine medienrechtliche Handhabe erschwert, zeigt eine kürzlich in Deutschland geführte Diskussion, die den Begriff der Plattform um den der (Informations-)Intermediäre ergänzte (vgl. Paal, 2018). Wie Gillespie in seiner Analyse der Begriffsgeschichte erläutert, haben sich große Unternehmen wie Google oder Facebook die Mehrdeutigkeit des Plattformbegriffs schon immer zu eigen gemacht und sie in die eigene diskursive Strategie integriert: „They do so strategically, to position themselves both to pursue current and future profits, to strike a regulatory sweet spot between legislative protections that benefit them and obligations that do not, and to lay out a cultural imaginary within which their service makes sense." (Gillespie, 2010, S. 348). Gerade in der Kommunikation mit anderen Unternehmen, so Gillespie, stehe die Plattform als diskursive Figur für eine „Plattform der Möglichkeiten", aus der sich unterschiedliche ökonomische Vorteile generieren ließen (ebd. 2018, S. 354). Im Folgenden sollen die Potenziale näher bestimmt, und auf ihre funktionale Bedeutung für den Journalismus hin untersucht werden. Ziel ist ein mehrdimensionaler Plattformbegriff, der als Grundlage für die explorative Untersuchung alternativer Plattformmodelle dienen soll.

3. Plattformen als Ökosysteme für Journalismus

Dem Journalismus kann prinzipiell ein ambivalentes Verhältnis zu den Plattformen attestiert werden. In einer aktuellen Studie des Tow-Centers (Bell et al., 2018; 2017) wurden 1.025 Journalist*innen aus den USA zu der Bedeutung von Plattformen für ihre Arbeit

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

befragt. Die meisten (94%) kamen aus Lokalredaktionen. Die quantitativen Befunde zeigen, dass 41% der Newsrooms ihre Arbeit auf wachsende Social-Media-Netzwerke ausgerichtet haben (Bell et al., 2018, S. 5). Zudem belegt die Studie ein grundsätzliches Misstrauen in der Branche: Die Mehrheit der Befragten ist davon überzeugt, dass Social Media zu einer Verschlechterung des Journalismus führe (Bell et al., 2018, S. 6). Trotz dieser grundlegenden Skepsis ziehe es kleine wie große Häuser immer weiter in die „platform ecosystems" (Bell et al., 2018, S. 13). Dabei entwickelten kleine und große Akteure ganz unterschiedliche Adaptionsstrategien: Kleinere Redaktionen können es sich aus Ressourcengründen meist nicht erlauben, mehr als die drei wichtigsten Plattformen (in den USA sind dies *Apple News*, *Facebook* und *Twitter*) zu bespielen, während große Häuser ihre Publikationsstrategie oft auf eine Vielzahl von Plattformen stützen (ebd.: 46f.). Interessant ist auch, dass vor allem große Medienhäuser eine wachsende strukturelle Nähe zu Plattformbetreibern wie Apple oder Facebook aufgebaut haben: „We have been consistently surprised by how much newsrooms discuss with platform teams, in some cases budgets, workflow, and even the content of as yet unpublished stories. One large publisher described the evolution this way: 'Now it's becoming, *how do we collaborate on new products? How do we do co-sale things together?'* (ebd.: 5). Wir kommen unten darauf zurück (Kapitel 5).

Die Studie zeigt, dass Redaktionen bei der Entwicklung einer Plattformstrategie unterschiedliche Vor- und Nachteile abwägen müssen[4]: Auf der Habenseite sind eine größere Reichweite, Publizität und Lesernähe zu verzeichnen, die zudem mit geringen Investitionskosten, infrastrukturellen Verbundvorteilen und Koordinationseffekten einhergehen. Auf der anderen Seite gilt es Kontrollverluste bezogen auf Platzierung von Inhalten und auf die Data-Ownership zu bedenken sowie eine hohe Abhängigkeit von den ökonomischen Entscheidungen der Plattform-Unternehmen. Die prinzipiell intransparenten Operationen der Algorithmen sowie daraus resultierende Informationsgefälle fallen außerdem ins Gewicht. Wie die Forschergruppe betont, stellt die eigene Plattformstrategie für die meisten Redaktionen eine Rechnung mit vielen Unbekannten dar: „In crafting a relationship with news publishers, it is not surprising that the largest areas of contention are those over return on investment. Interviewees in publishing are still unclear whether the efforts to share revenue with them are worth the long-term trade-offs of losing control of brand, of audience data and relationships." (Bell et al., 2018, S. 49).

In ihrer strukturellen Anschlussfähigkeit haben Plattformen in den letzten Jahren immer mehr Aufgaben für den Journalismus übernommen: Sie bilden – im beschriebenen Sinne vom „Web As Plattform" – Arbeitsumgebungen, in denen Beiträge geplant und veröffentlicht, Leserkommentare verwaltet und Nutzungsstatistiken eingesehen werden können. Diese infrastrukturelle Dimension geht bis hin zur Entwicklungsumgebung für native Plattform-Apps, wie sie etwa Facebook bietet (Helmond, 2015, S. 1). Sie umfasst die Nutzung eines Teils der erhobenen Daten sowie die algorithmische Sortierung von Beiträgen. Weiterhin geht es um eine partizipative Dimension bei der Einbindung von Lesern auf allen Wertschöpfungsstufen – vom Crowdfunding (Bennett et al., 2015) über kollektive Rechercheformen (Vehkoo, 2013) bis hin zur Distribution. In dieser Beteiligungsfunktion haben Plattformen auf äußerst produktive Weise zum Wandel des journalistischen Berufsbildes beigetragen (Deuze & Witschge, 2018): So sind investigative Formate wie der „Watchdog-Citizen-Journalism" (Welker, 2016, S. 395) oder anwaltschaftliche Formate wie der „Moral Journalism" (Wiesslitz & Ashuri, 2011) entstanden.

Diese Formen von „liquid journalism" (Deuze, 2008) sind nur einige Beispiele die zeigen, dass Plattformen neue Arten von Öffentlichkeiten erzeugen. Der Journalismus gibt dabei einen Teil seiner deliberativen Gestaltungsmacht an die Leser*innen ab, wobei neben die „Newsworthiness" eines Beitrages seine „Shareworthiness" tritt (Trilling et al., 2017). In ihrer experimentellen Studie haben Berger und Milkman bereits vor einigen Jahren den Zusammenhang zwischen in Mailinglists geteilten Nachrichten und den damit verbundenen Emotionen untersucht (Berger & Milkman, 2012). Ihre Studie zeigt, dass Emotionen wie *anxiety* oder *anger* ein höheres Aktivierungspotenzial besitzen als bspw. *sadness* (Berger & Milkman, 2012, S. 11). Aber auch wenn die Plattformöffentlichkeit stärker als die massenmediale Öffentlichkeit von den spontanen Emotionen der Leser*innen abhängen mag – so wirken die ‚klassischen' Nachrichtenfaktoren wohl auch hier. Eine computerlinguistische Untersuchung der von sechs niederländischen Tageszeitungen auf Twitter und Facebook geteilten Artikel zeigte, dass Nachrichtenwerte wie *Valenz* oder *Nähe* mit einer höheren Anzahl an Shares korrelierten (Trilling et al.,

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

2017).

4. Plattformen aus medien-ökonomischer Perspektive

Abgesehen von infrastrukturellen und partizipativen Aspekten, muss eine Bestimmung des Plattformbegriffs die medienökonomische Bedeutung digitaler Plattformen berücksichtigen. Zur plattformspezifischen Wettbewerbslogik ist seitens der Medienökonomie intensiv geforscht worden (vgl. stellvertretend Rochet & Tirole, 2003, 2006; Armstrong, 2006; Eisenmann et al., 2006), ebenso zur Frage ihrer Regulierung (Parker et al., 2016, S. 229ff; Gundlach, 2018). Plattformen können als maßgebliche Treiber interdependenter Märkte angesehen werden, zumal sie deren dominantes Geschäftsmodell darstellen (Helmond, 2015, S. 5). Weil sie für andere Akteure die Infrastrukturen bereitstellen, können Plattformen ihren Konkurrenten die Rahmenbedingungen diktieren (Dobusch, 2016, S. 46) und ihre Marktdominanz gleich in mehreren Märkten ausbauen (Dobusch, 2016, S. 47). Im Kern des plattformtypischen Geschäftsmodells steht dabei eine Dezentralisierung der Produktion von Inhalten bei einer gleichzeitigen Konzentration des Angebots von Inhalten: Plattformen bieten Zugang zu Informationen, die sie selbst nicht erzeugen. Der im deutschen Medienrecht verwendete Begriff des Intermediärs zielt auf genau diese besondere Form des automatisierten Packagings von Content (Paal, 2018, S. 16), denn hierin bestehe der strukturelle Unterschied zu redaktionell geführten Plattformen (Grassmuck, 2018).

Die Probleme dieser spezifischen Form von Wertschöpfung werden seit einigen Jahren unter dem Begriff der *immateriellen Arbeit* diskutiert: „Facebook ist mehr als eine Plattform für Sozialität oder eine bestimmte Organisationsform der Infosphäre. Im Wesentlichen ist es eine Produktionsweise – eine Art und Weise, Menschen zum Arbeiten zu bringen, die den Wert generieren, der es der Plattform erst ermöglicht, all die anderen Funktionen zu erfüllen, die man ihr zuschreibt“ (Andrejevic, 2011, S. 31). Was für die Wertschöpfung von Inhalten gilt, gilt genauso für das Akkumulieren von Daten (Helmond, 2015, S. 5). Weil Plattformen wie Facebook oder Google die Algorithmen, mit denen Daten gesammelt, geordnet und ausgewertet werden, prinzipiell geheim halten, entstehen dabei plattformspezifische „Daten-Asymmetrien“ (Hagen, 2018, S. 29). Diese führen nicht nur zu einem Gefälle zwischen „dem Wissen der Werbenden und dem Wissen der Beworbenen“ (Hagen, 2018, S. 30), sondern auch zu Netzwerkeffekten, denn „die Qualität ihrer [Google und Amazon] Such- und Empfehlungsalgorithmen basiert zumindest teilweise auf der Auswertung einer sehr großen Zahl von Nutzerinteraktionen“ (Dobusch, 2016, S. 47).

Plattformmärkte tendieren damit zu monopolartigen Angebotsstrukturen (ebd.), die bekanntlich zu Lock-in-Effekten führen. Das Dilemma der Nutzer, für die das Abmelden bei Facebook zu hohen Wechselkosten führen würde, wiederholt sich auf der Ebene der Redaktionen. Sie können es sich letztlich nicht leisten, Facebook oder Twitter als Ausspielkanal für Content zu verlieren. Folgt man Bell et al., so ist die Plattformabhängigkeit umso stärker konzentriert, je kleiner das Medienhaus ist (siehe Abschnitt 3). Wie wir unten sehen werden, liegt hierin aber auch ein Anreiz für neue Medienakteure, die notwendigen Strukturen direkt selbst aufzubauen und das Datenkapital somit von Anfang an auf dem eigenen Konto zu sammeln. Für die ‚plattformisierte‘ Medienöffentlichkeit stellt sich in jedem Fall die Frage, inwiefern die Bindekraft von Google und Facebook zu Demokratiedefiziten führen könnte. Wie Grassmuck betont, muss die Monopolisierungstendenz der großen Plattformen durch eine Sicherung der Binnenpluralität kompensiert werden (Grassmuck, 2018). Auch Paal konstatiert in seinem, im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen verfassten Rechtsgutachten zur „Regulierung und Vielfaltssicherung“ von Intermediären (2018), dass die „vielfältigen Möglichkeiten der Intermediäre zur oftmals intransparent verlaufenden Einflussnahme auf Verhalten und Meinungsbildung im Kontext der Informationswahrnehmung (…) grundsätzliche Fragen zu den rechtlichen Rahmungen und demokratietheoretischen Desideraten auf[werfen].“ (Paal, 2018, S. 16).

5. Plattformen zwischen Ermöglichung und Vereinnahmung

Wie Gundlach betont, sollte bei einer medienpolitischen Beurteilung der Plattformen auch deren meritorische Leistung als Informationsvermittler in Betracht gezogen werden:

„Trotz der berechtigten Kritik an Google Inc. kann nicht übersehen werden, welchen enormen positiven Einfluss das Unternehmen auf die freie Meinungsbildung hat. Denn in erster Linie reduziert die Google-Suchmaschine informative Grenzen. Sie

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

macht die informative Vielfalt bzw. die enormen informativen Möglichkeiten, die das Internet eröffnet, einfach und bequem für alle Internetnutzerinnen und -nutzer jederzeit zugänglich und nutzbar. Dadurch stehen dem oder der Einzelnen im Ergebnis bessere Möglichkeiten und eine größere Vielfalt an Informationen zur Verfügung." (Gundlach, 2018, S. 133).

Im Markt der Informationsanbieter sieht Gundlach neben Akteuren wie Google auch Anbieter wie Twitter, die in prinzipielle Konkurrenz zum Plattformgiganten treten und so gewissermaßen für Informationspluralismus sorgen. Betrachtet man den Markt nicht aus der Nutzerperspektive, sondern in Bezug auf das strukturelle Verhältnis zwischen Redaktionen und Plattformen, dann lässt sich eine zunehmende einseitige Abhängigkeit konstatieren. Wie Bell et. al. zeigen (2018), haben sich vor allem die großen amerikanischen Medienhäuser in eine strukturelle Nähe zu Plattformbetreibern wie Apple News oder Facebook begeben und dabei auch Kernbereiche der eigenen Unternehmensstrategie der Einflussnahme geöffnet. Sie betreiben Agendasetting (Bell et al., 2018, S. 5), bestimmen den Inhalt und die Form der Beiträge (Bell et al., 2018, S. 8) und diktieren Rahmenbedingungen für journalistische Erlösmodelle (Bell et al., 2018, S. 79).

Die Autoren haben die Zielkonflikte bereits zu Beginn ihrer Studie deutlich benannt: „How to report on a system of power, if journalism is embedded within it?" (E. J. Bell & Owen, 2017, S. 82). Auch Nechushtai setzt in ihrem lesenswerten Beitrag zur Vereinnahmung (*Capture*) von Medien durch Plattformen (Nechushtai, 2018) an diesem Punkt an:

„Media and journalism scholars should heed the fact that the news organizations covering some of the most powerful and valuable corporations in the world are gaining most of their readership from the platforms built and owned by these corporations, as well as increasingly important means of production and monetization." (Nechushtai, 2018, S. 1045)

Die Autorin identifiziert verschiedene Ebenen von *Capture*: So gebe es zum einen eine ökonomische Dimension, die sich z. B. in der von Google aktiv betriebenen Innovationsförderung zeige (*Google News Lab* und *Google Digital News Initiative*) (Nechushtai, 2018, S. 1049). Demnach nutzen zahlreiche Nachrichtendienste von Google entwickelte Algorithmen zur Analyse von Trends bzw. Indexierungswerkzeuge zur Steigerung der Zugriffsgeschwindigkeit oder profitierten von direkten Zuschüssen der Unternehmen (Nechushtai, 2018, S. 1049).[5] Darüber hinaus investieren Plattformen aber auch in soziales und kulturelles Kapital, etwa indem sie Schlüsselstellen in der Stakeholderkommunikation mit Journalist*innen besetzen, eigene Symposien zu journalistischen Themen aufsetzen (Nechushtai, 2018, S. 1049) oder versuchen, über eigene Abonnementdienste direkten Zugang zur Kernleserschaft aufzubauen (Nechushtai, 2018, S. 1051). Die Nähe zwischen Plattformen und Redaktionen sei längst struktureller Natur: „It can be defined as *infrastructural capture*: circumstances in which an overseeing institution becomes incapable of operating sustainably without the physical or digital resources provided by the organizations it formally oversees." (Nechushtai, 2018, S. 1052).

6. Ein funktionaler Plattformbegriff

Wie die Überlegungen gezeigt haben, ist der Plattformbegriff höchst vielschichtig. Er meint eine infrastrukturelle Dimension in der Programmierung von Online-Applikationen und daraus entstehende Handlungsumgebungen. Er charakterisiert konvergente Märkte, dort verortete Geschäftsmodelle und deren Narrative. Er ist untrennbar mit den Unternehmen verbunden, die dem Modell der Plattform zu seiner globalen Präsenz verholfen haben. Und er hat eine medienpolitische Dimension, mit der sich eine gesellschaftliche Debatte um die Regulierung von Plattformen verbindet.

Um den Begriff für die Journalismusforschung zu operationalisieren, schlagen wir ein pragmatisches Verständnis von Plattformen vor. Wir fragen nach deren spezifischer Leistungsfähigkeit im Kontext von Journalismus, wobei wir diesen verstehen als den Beruf, der Öffentlichkeit erzeugt, um die für die Demokratie notwendigen Aushandlungs- und Informationsprozesse anzustoßen (Pöttker, 2000, S. 376f.). Plattformen lassen sich damit als multifunktionale Gefüge betrachten: Sie schließen zum einen infrastrukturelle und ökonomische Funktionen mit ein, stellen also die für die professionelle Ausübung von Journalismus notwendigen Voraussetzungen. Zum anderen erfüllen Plattformen auch normativ wünschenswerte Funktionen wie die Beteiligung von Leser*innen und das Herstellen öffentlicher Diskurse (siehe Abb.1.).

Wie erwähnt, haben Medienhäuser höchst

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

unterschiedliche Plattformstrategien entwickelt. Meistens sind es Mixturen, bei denen ein Teil der Leistungen von externen Plattformanbietern ‚eingekauft' wird, während andere Teile im eigenen Unternehmen abgebildet werden. Die Untersuchungen von Bell et.al. (2018; 2017) legen nahe, dass sich das Mischungsverhältnis in den letzten Jahren zugunsten der großen Plattformen verändert hat. Sie sind inzwischen in infrastruktureller und ökonomischer Hinsicht in Medienhäuser involviert, haben sich Zugang zu Publika eröffnet und stellen damit Öffentlichkeit her. Wie wir im Folgenden zeigen wollen, gibt es noch einen neuen Typus journalistischer Gründungen. Sie zeichnen sich nicht nur durch eine publizistische Linie, spezifische Zielgruppen oder Medienformate aus, sondern auch und vor allem durch eine spezifische Plattformstrategie, die sich maßgeblich an der oben skizzierten deliberativen Funktion von Journalismus festmacht. Diesen Typus bezeichnen wir als „Plattform-Journalismus".[6]

Abb. 1: Was leisten Plattformen für den Journalismus? Entwurf eines vierdimensionalen Funkionsbegriffs (Quelle: eigene Darstellung).

Die deliberative Funktion reicht über die diskursive Funktion von Journalismus hinaus und schließt an die Vorstellung der deliberativen Demokratie an. Diese umfasst die Teilhabe von Bürger*innen an öffentlicher Kommunikation, an öffentlichen Diskursen und öffentlicher Beratung auch Entscheidungsfindung. Der Begriff beschreibt demokratietheoretische und praxisorientierte Konzepte (Wessler & Rinke, 2016) und geht auf den amerikanischen Ethiker und Politwissenschaftler Joseph M. Bessette zurück (Bessette, 2010; Bessette, Joseph M. & Pitney, John J., 2011). Er knüpft maßgeblich an die Denktradition von Jürgen Habermas (2008) an. Habermas' Vorstellung von Diskursethik sowie von kommunikativem Handeln hat als Kern, in einem machtfreien Diskurs auf Augenhöhe Argumente auszutauschen, also über die Kraft der besten Argumente zu sachgerechten, verantwortungsbewussten Entscheidungen (oder auch Konsens) zu gelangen (Meyer, 2009, S. 78). Deliberation verschafft in dieser Vorstellung einer Entscheidung eine hohe Legitimität. Habermas sieht die Arenen von solchen öffentlichen Beratungen zu politischen Fragen nicht nur in offiziellen Institutionen, sondern auch außerhalb, also in einer kritischen Öffentlichkeit, die auch Betroffene bewusst einbindet. Ein interessiertes Publikum, das kommunikativ handelt, kann eine Öffentlichkeit herstellen, die hilft, in der Gesellschaft bestehende Probleme zu erkennen, zu thematisieren, an die Politik heranzutragen und diese zu beobachten und zu kontrollieren, wie sie mit diesen Themen umgeht. Sie nimmt also auf die institutionalisierte Meinungs- und Willensbildung Einfluss (vgl. Juergen Habermas, 1992). Habermas kombinierte Deliberation, Öffentlichkeit und Kommunikation und musste sich zunächst mit der Bedingung auseinandersetzen, dass diese Vorstellung nicht eins zu eins umsetzbar war, weil sich z. B. kaum die ganze deutsche Bevölkerung über eine neue Gesetzesvorlage austauschen kann. Zudem war die mediale Realität stets eine verzerrte Realität, weil viele Medienschaffende nicht zuletzt aus eigenen ökonomischen oder machtpolitischen Interessen heraus (Nähe zu wirtschaftlicher oder politischer Macht) voreingenommen sind.

Rund ein Vierteljahrhundert nach diesen Überlegungen ist die Lage anders: Die digitale Technik und die aus ihr folgenden Interaktionsmöglichkeiten auf Plattformen schufen Ressourcen, die ermöglichen, die dargelegten Vorstellungen des Zusammenspiels von Deliberation, Öffentlichkeit und Kommunikation unverfälschter umzusetzen. Ein Beispiel dafür ist die öffentliche Petitionskultur, die Plattformen wie change.org geschaffen haben, sowie damit verbundene Vorstellungen von *liquid democracy* (vgl. Paetsch & Reichert, 2015). Die journalistischen Gründungen, die wir analysieren, legen großen Wert auf Deliberation und Diskurs. Das systematische Gespräch mit den eigenen Zielgruppen wirkt aufklärend und lässt einen Generalverdacht wie jenen, Medien würden ihr Publikum manipulieren („Lügenpresse" etc.), zumindest verblassen.[7]

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

7. Methodik der Untersuchung

Im Zeitalter global operierender Plattformen müssen Redaktionen Wege finden, um die eigene Unabhängigkeit gegen die verschiedenen Formen von Vereinnahmung abzusichern. Während große Häuser bei der (Neu-)Ausrichtung in eigenen Pfadabhängigkeiten stecken und auf gewachsenen Strukturen aufsetzen, gab es in den vergangenen Jahren eine beachtliche Zahl journalistischer Neugründungen, die als *Entrepreneurial Journalists* alternative Spielformen des Journalismus erproben und so zu einer dauerhaften „Neuordnung" der Branche beitragen könnten (vgl. Buschow, 2017). Interessant ist dabei, dass diese journalistischen Unternehmer*innen eine Medienlandschaft vorfinden, die bereits in hohem Maße plattformisiert ist. Sie bringen damit einerseits ein spezifisches Wissen über Plattformen mit und lassen dieses in die Gründung mit einfließen. Andererseits begreifen sich viele dieser neuen Typen als Alternativen zum bestehenden Journalismus bzw. werden im öffentlichen Diskurs als solche gehandelt. Wir gehen im Folgenden von der Annahme aus, dass sich diese alternativen Akteure durch innovative Plattformstrategien auszeichnen, die auf größtmögliche Unabhängigkeit von bestehenden Plattformen abzielen. Dabei spielen ökonomische und infrastrukturelle Ressourcen eine ebenso große Rolle, wie normative Fragen nach der demokratischen Leistungsfähigkeit von Journalismus.

Im Rahmen einer explorativen Studie haben wir Leitfadeninterviews mit fünf Journalist*innen aus Deutschland und der Schweiz durchgeführt, die in den letzten fünf Jahren eigene Medienangebote entwickelt und realisiert haben: Tanja Krämer hat mit *Riffreporter* (gegründet im Jahr 2016) eine Genossenschaft für Wissenschaftsjournalismus entwickelt; Maren Urner hat mit *Perspective Daily* (gegründet im Jahr 2015) ein Online-Magazin im Bereich des konstruktiven Journalismus aufgebaut; Sebastian Esser ist Mitgründer des Online-Magazins *Krautreporter* (gegründet im Jahr 2014); David Schraven ist ein Initiator des gemeinnützigen Recherchekollektivs *Correctiv* (gegründet im Jahr 2014)[8]; und Christof Moser ist ein Initiator des Schweizerischen Online-Magazins *Republik* (gegründet im Jahr 2018).

Alle Angebote verstehen sich als Alternativen zu bestehenden Journalismusmodellen. Das lässt sich z. B. aus den Selbstdarstellungen ablesen, mit denen die Akteure angetreten sind.[9] Sie alle folgen dem Narrativ einer kriselnden Medienbranche, die radikales Neudenken erfordert: „Der Journalismus ist kaputt. Wir kriegen das wieder hin" (*Krautreporter*)[10]; „Weg vom negativen Nachrichten-Stress, hin zu Verständnis." (*Perspective Daily*)[11]; „Wir schaffen ein neues Biotop für spannende, wichtige und innovative journalistische Projekte" (*Riffreporter*)[12]; *„Correctiv* steht für gemeinnützigen, aufklärerischen Journalismus. Wir stehen für einen Aufbruch in die Zukunft. (…) Die Krise der alten Medien ist die Chance für etwas ganz Neues." (*Correctiv*)[13]; „Es ist Zeit, dass sich die Journalisten unabhängig machen und der Journalismus unabhängig von den Grossverlagen existieren kann. Und ein Modell dafür schafft man nur gemeinsam – oder gar nicht" (*Republik*)[14]. Alle Angebote haben in ihrer Startphase eigene Plattformstrukturen aufgebaut – etwa in Form eines eigenen Crowdfundings (*Republik, Krautreporter, Perspective Daily*), eigener Crowdresearch-Tools (*Republik, Correctiv*) sowie eigener Communitykanäle (alle).

Die Befragungen der journalistischen Gründer*innen werden durch zwei Experten aus dem medienpolitischen Feld ergänzt: dem Medienwissenschaftler Leonhard Dobusch sowie dem Medienentwickler und Strategieberater Bertram Gugel. Während die Gründer*innen über ein praxisorientiertes Expertenwissen verfügen und für einen journalistischen Diskurs stehen, sind Gugel und Dobusch hier als Vertreter einer medienpolitischen Debatte angesprochen worden, die vor allem im politischen und wissenschaftlichen Diskurs geführt wird.

Die Untersuchung verfolgt vier Forschungsfragen:

(F1) Inwiefern wird der Begriff "Plattform" mit der Vorstellung einer deliberativen Öffentlichkeit in Verbindung gebracht?

(F2) Inwieweit wird die eigene Rolle im Rahmen einer publizistischen Verantwortung interpretiert?

(F3) Inwiefern werden eigene Plattformstrukturen entwickelt und zur Verfügung gestellt?

(F4) Inwiefern wird die eigene Initiative als organisationaler Gegenentwurf zu bestehenden journalistischen Institutionen gesehen?

Die Forschungsfragen wurden in Form eines Leitfadens mit 20 Fragen operationalisiert. Neben einem Set aus explorativen Fragen (E1 – E5, z. B.

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

„Was ist aus Ihrer Sicht die Aufgabe von Journalismus in unserer Gesellschaft?“) wurden vier Kategorien deduktiv aus dem oben vorgestellten Plattformbegriff abgeleitet: Fragen zur infrastrukturellen Funktion (I1 –I4, z. B. „Inwiefern stellen Sie mit Ihrer Arbeit infrastrukturelle Rahmenbedingungen zur Verfügung, die anderen Journalisten zugute kommen?“), Fragen zur ökonomischen Funktion (Ö1 – Ö4, z. B. „Inwiefern profitieren Journalisten, die Ihre Plattform nutzen, finanziell von Ihrem Angebot"), Fragen zur partizipativen Funktion (P1 – P4) und Fragen zur publizistischen Funktion (PU1 – PU3, z. B. „Welche Rolle spielt bei bei Ihrem Projekt die Einbindung der Leserinnen und Leser?“). Die Gespräche wurden im Zeitraum von Mai 2019 bis September 2019 geführt und dauerten zwischen 30 und 60 Minuten. Den Journalist*innen und den beiden medienpolitischen Experten wurden Fragen zu denselben vier Kategorien gestellt, bei den Gründer*innen wurden diese jedoch auf die eigene Organisation bezogen, bei den Experten wurden sie auf den Medienmarkt im Allgemeinen bezogen. Unterschiede ergaben sich auch bei einzelnen spezifischen Fragen z. B. nach der Diskurskultur der eigenen Zielgruppe (P4), die kein Frage-Pendant in den Interviews mit den Forschern hatten. Und umgekehrt bei einzelnen generalisierenden Fragen wie z. B. nach Ansatzpunkten der Medienpolitik, die nur an die Experten gerichtet wurden.

Die Grundgesamtheit ist mit fünf Gründern und Gründerinnen eher klein. Dazu ist zu sagen, dass die Anzahl journalistischer Plattform-Gründungen in Deutschland und der Schweiz überschaubar ist, die hier ausgewählten Organisationen können dabei als die prominentesten Vertreter angesehen werden, denen entsprechend viel mediale Aufmerksamkeit zukam. Zudem ergab die explorative Analyse in diesem Sample bereits relativ gesättigte Ergebnisse bzw. Einschätzungen.

8. Befunde: Ein demokratiepolitischer Denkposten: Deliberativer „Plattform-Journalismus“ als Option des Aufbruchs

Die Befragungen ergaben zunächst, dass es vor allem zwei Treiber sind, die wesentlich zu den Plattformgründungen motivierten; sie liefern zudem Antworten für einen Teil der Forschungsfragen.

Als erster Treiber kann die gegenwärtige Medien- und Journalismus-Krise angesehen werden. Christof Moser (Chefredakteur „Republik“) gibt die publizistische Verantwortung als Haupttriebfeder für die Gründung der „Republik" an:

„Wir haben gesagt, wenn über einen Carlos[15], einen minderjährigen Gefängnisinsassen, am Ende geschrieben wird, dass er in der Zelle Rindfleisch isst, dann sind das Texte, die nur Empörungen schüren, die auf den großen werbefinanzierten Plattformen das wichtigste Produkt sind, um Einnahmen zu generieren, weil man mit einem kleinen Dreh weitere Empörungen generieren kann. Das ist Ausdruck eines kranken Mediensystems. Wir haben gesagt, da ziehen wir uns raus. Auf zwei Ebenen. Erstens dadurch, dass wir nicht werbefinanziert sind. Wir haben gar keinen Anreiz, solche Geschichten zu machen. Und zweitens, indem wir auf Vertiefung setzen und nicht auf Geschwindigkeit.“[16]

Die Medien- und Journalismuskrise erscheint hier als eine Kombination aus ökonomischem Druck und Verlust eines Qualitäts- und Relevanzempfindens. Die eigene Initiative wird implizit, wenngleich nicht durchgängig offensiv als organisationaler Gegenentwurf zu bestehenden journalistischen Institutionen gesehen (FF4). Die Neugründungen betrachten ihre publizistische Verantwortung durchgängig als hoch (FF2).

Zweiter Treiber für Gründungen ist die strategisch angelegte Absicht, sich aus dem oben bereits angesprochenen Capture-Dilemma zu befreien (Nechushtai, 2018). So wurde die Abhängigkeit von Plattformen wie Facebook von den befragten Expert*innen als Vereinnahmung des journalistischen Beobachterauftrages empfunden. Im Medienjournalismus kennen wir seit langem das Phänomen der „Selbstbeobachtungsfalle“ (Beuthner & Weichert, 2005), das oft den kritischen Blick auf die eigene Branche aus ökonomischen und kulturellen Gründen beeinträchtigt. Dieses genügt aber hier nicht als Erklärung, auch weil die globalen Intermediäre sich aus diversen Gründen gar nicht als Medienunternehmen verstehen (wollen) und nicht entsprechende publizistische Verantwortung übernehmen. Zugleich aber beeinflussen sie in raumgreifender Art Journalismus, weil sie selbst u. a. algorithmisch gestützt immensen Einfluss auf die öffentliche Meinung haben, also in ein journalistisches Kerngeschäftsfeld hineinwirken, und diesen Einfluss kommerzialisieren. Und weil sie die ökonomischen Probleme der Medienbranche nicht nur teils mitverursacht haben, sondern diese für sich und ihre eigenen Ziele nutzen.

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

Auch wenn sie nach größtmöglicher Plattformautonomie streben, sind sich die von uns interviewten Expert*innen ihrer strukturellen Abhängigkeit von Unternehmen wie Facebook durchaus bewusst. In den Gesprächen wurde dies z.T. sehr klar formuliert: „*Die Republik und andere sind kleine Flämmchen. Wir werden auf der Ebene die Gesellschaft und die Demokratie nicht retten. Aber wir können ein Geschäftsmodell entwickeln, das nicht auf den durch Algorithmen und Werbemärkte getriebenen Empörungsschrauben funktioniert, sondern aufgrund der Optimierung von Vertrauen, der Augenhöhe mit dem Publikum, des Stellen dem Diskurs*." (Moser PU 3). Die von uns beobachtete Haltung zeichnet sich also sowohl durch eine pragmatische Einstellung gegenüber den Plattformstrukturen aus, als auch durch dezidiert normative Konzepte wie den deliberativen Journalismus (FF1).

Im Folgenden stellen wir fünf zentrale Beobachtungen zur Diskussion:

(1) Gründerplattformen verfolgen eine Mix-Strategie. Sie nutzen globale Intermediäre wie Facebook und Co., wenn ihnen dies für ihre Zwecke nützlich erscheint (Marketing, Sharing Economy etc.) und sie bauen eine eigene Plattformstruktur auf für die Aufgaben, für die ihnen dieser Aufwand notwendig erscheint (z. B. *Republik* für das Crowdfunding, wo es u. a. wichtig ist, die dabei anfallenden Nutzerdaten selbst zu besitzen und kommerzialisieren zu können, um dadurch etwa leichter Abo-Verlängerungen zeichnen zu können). (FF3)

(2) Sie bewegen sich zurück auf die ursprüngliche Begrifflichkeit: „Web as a platform", behandeln also das Netz als Entwicklungsumgebung. Das nutzen sie auch als Raum und Mittel, um eines ihrer Kernziele umzusetzen, nämlich die gesellschaftliche Debatte zu organisieren. Und sie wollen so ein Miteinander organisieren, also auch soziale Funktionen bedienen, indem sie Tools Open Source bereitstellen, Geschichten-Pitches machen etc. (FF3)

(3) Sie organisieren damit die klassische deliberative Demokratiefunktion von Journalismus in einer digitalen Umgebung – gleichsam in einer digitalen, demokratischen Mediengesellschaft.

(4) Die Plattformstrategie dieser Gründungen verknüpft unternehmerische und gesellschaftliche Ziele.

(5) Der Bezug auf die deliberative Funktion von Journalismus ist zugleich Impuls und Legitimation für die Gründung der behandelten Plattformen.

Implizit ist eine Rückbesinnung auf den redaktionellen und verlegerischen Ethos sowie auf die der Public-Service-Idee zugrundeliegende Sicht auf Journalismus als Wirtschaftsgut und als meritorisch vorgehaltenes Kulturgut: Tools, relevante Themen und Debatten werden zumindest bedingt verfügbar und erreichbar gemacht, um gesellschaftliche Teilhabe, also Partizipation zu ermöglichen, auch wenn sich dies nur beschränkt rechnet. Und sie werden so aufbereitet, dass sie zumindest intentional in hohem Maße eine publizistische Verantwortung auch in Form einer ethischen Orientierung einschließen. Dazu gehört ja unter anderem auch, den Diskurs zu öffnen und ihn mit jenen zu führen, die über die Kraft des Arguments Meinungen und Entscheidungen entwickeln wollen.

Unterm Strich beobachten wir eine neue journalistische Strategie, die gekennzeichnet ist

- durch ein neues Selbstbewusstsein (gegenüber traditionellen Medien ebenso wie gegenüber global auftretenden Intermediären),

- durch die Klarheit über die Rolle von relevantem und professionellem Journalismus als Bestandsträger demokratischer Gesellschaften,

- durch ein verlegerisches und organisationales Bewusstsein (es geht offensichtlich nicht nur um Selfpublishing oder darum, einfach etwas zu testen, sondern um strategische Überlegungen),

- durch das stilbildende Interesse an einer vielfältigen Publikums-/Communitybeziehung beziehungsweise in deren Fortsetzung von einem Interesse an einer lebendigen Gesprächsgesellschaft. Auch das lässt sich auf die Ursprünge zurückführen, als an die Vorstellung vom Web als Plattform auch eine Vorstellung vom Web als digitalem Raum von eigener (Gestaltungs-)Freiheit geknüpft ist.

Die gleichsam beobachtende Expertensicht ergab vor allem eine Erweiterung der Perspektive über privatrechtliche Gründungen hinaus auf den Public Service Bereich. Denn im Privatwirtschaftssektor sind solche Überlegungen möglich, aber nicht zwingend, im Öffentlich-rechtlichen Bereich ließen sie sich zu einem Leistungsauftrag bündeln und entsprechend verankern.

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

Vier Aufträge an eine Zukunftsstrategie für (plattformisierte) demokratische Medienlandschaften wurden definiert: Erstens gelte es, echte Alternativen zu entwickeln und nicht „das Gleiche in Grün“ (Gugel), zweitens sei Offenheit gegenüber Veränderung und Neuem unabdingbar: Man müsse Innovationen zulassen und nicht durch Regulierung den Status Quo „zementieren“ (Gugel). Zwingend für eine zukunftsfähige Medienlandschaft sei drittens, nichtmarktliche Öffentlichkeiten neu aufzustellen und sie als Ergänzung zu kommerziellen Plattformen positionieren (Dobusch) sowie einen trialen Ansatz bei Wissensinstitutionen zu verfolgen kommerziellen, öffentlich-rechtlichen und zivilgesellschaftlichen Strukturen (Dobusch).

9. Fazit

Zusammenfassend ergibt sich: Der Blick in die Geschichte des Plattformbegriffs seit Anfang der 2000er-Jahre sowie auf die Bedeutungsvarianten führt auf einen mehrdimensionalen Plattformbegriff. Diesen haben wir zur Grundlage für eine leitfadengestützte Analyse von „plattformisiertem Journalismus“ (oder auch „Plattform-Journalismus“) von Gründungen neueren Datums, also in den vergangenen fünf Jahren gemacht, für die die Verknüpfung und Verschränkung von Journalismus, und zwar im professionellen, deliberativ ausgerichteten Sinn, und dem Web charakteristisch ist. Gefragt wurde, wie sie Plattformbegriff, deliberative Öffentlichkeit und publizistische Verantwortung sehen und verbinden, wie sie Plattform-Strukturen entwickeln und zur Verfügung stellen sowie inwiefern sie ihre Art von „Plattform-Journalismus“ bewusst als organisationalen Gegenentwurf zu bestehenden journalistischen Institutionen entwickeln.

Die Analyse ergab unter anderem eine Rückbesinnung auf die ursprüngliche Begrifflichkeit: Die untersuchten Gründungsinitiativen behandeln das Netz als „Web as a platform“, also als Entwicklungsumgebung, und verbinden ihr publizistisches Selbstverständnis untrennbar mit einer strategischen Nutzung von Plattformstrukturen. Ihnen geht es letztendlich um eine möglichst große Unabhängigkeit von den großen Plattformen. Die deliberative Funktion von Journalismus soll so gegen eine strukturelle Vereinnahmung abgesichert werden. Hier werden Ressourcen investiert, um redundante Dienste aufzubauen, gleichzeitig wird in der daraus resultierenden Datenhoheit eine entscheidende Ressource erkannt. Diese Strukturen werden z. T. auch als Mediengüter betrachtet und sollen dem Journalismus zugutekommen.

Zwar ist verfrüht, von einer breiten Bewegung zu sprechen. Aber offenbar entsteht hier ein neuer Gründertyp bzw. eine neue Art von deliberativem Plattformjournalismus.

Um die Befunde zu erhärten sind Studien zu weiteren Varianten von journalismusbezogenen Plattformen (z. B. Medium.com; Civil.co) nützlich, sowie thematische Vertiefungen: Welches Selbstbild hat das Publikum deliberativer Plattformen? Wie lassen sich humanistische Plattformen gestalten? Welche Fragen stellen sich bezogen auf die Verantwortung und die Beteiligung an der Institutionalisierung von Verantwortung in digitalen Kommunikationsräumen? Fragen wie diese, aber auch die Reflexion der plattformisierten Medienumgebung markieren einen notwendigen Punkt für eine neujustierte Journalismusforschung. Sie weisen auf ein erweitertes Journalismusverständnis hin, das über die oben beschriebene, klassische Idee eines Berufs hinausgeht, der zum Zwecke demokratisch notwendiger Aushandlungs- und Informationsprozesse Öffentlichkeit erzeugt. Denn diese Prozesse finden in sich massiv verändernden Gesellschaften statt, mit sich auflösenden Grenzen (oben auch mit „liquid Journalism“ und „liquid democracy“ angesprochen). Und mit sich verändernden Streit- und Diskursstrukturen, die deutlich zeigen, dass Dissonanz zu einer festen Größe geworden ist, hingegen das Habermas´sche Ideal einer sich durch die Kraft des besten Arguments entscheidenenden Debatte auf Augenhöhe zu einer romantisch anmutenden Vorstellung von Wirklichkeit. Die gesellschaftliche Transformation hat offenbar den Objektbereich der Journalistik erfasst – Ansporn, sich diesen Phänomen zu öffnen und sie näher zu betrachten.

Literatur

Algorithmwatch. (2019). *Automating Society – Taking Stock of Automated Decision-Making in the EU*. https://algorithmwatch.org/en/automating-society/

Andrejevic, M. (2011). Facebook als neue Produktionsweise. In O. Leistert & T. Röhle (Hrsg.), *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net* (S. 31–50). transcript.

Armstrong, M. (2006). Competition in two-sided markets. *The RAND Journal of Economics*, *37*(3),

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

668–691. https://doi.org/10.1111/j.1756-2171.2006.tb00037.x

Beer, D. (2009). Power through the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconscious. *New Media & Society*, *11*(6), 985–1002. https://doi.org/10.1177/1461444809336551

Bell, E., Albright, J., Hansen, E., & Wakins, E. S. (2018). *Friend and Foe: The Platform Press at the Heart of Journalism*. Tow Center for Digital Journalism.

Bell, E. J., & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism*. https://doi.org/10.7916/d8r216zz

Bennett, L., Chin, B., & Jones, B. (2015). Crowdfunding: A „New Media & Society" special issue. *New Media & Society*, *17*(2), 141–148. https://doi.org/10.1177/1461444814558906

Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What Makes Online Content Viral? *Journal of Marketing Research*, *49*(2), 192–205. https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353

Bessette, J. M. (2010). *The mild voice of reason: Deliberative democracy and American national government* (Nachdr.). Univ. of Chicago Press.

Bessette, Joseph M., J. J., & Pitney, John J. (2011). *American government and politics: Deliberation, democracy, and citizenship* (1st Ed). Wadsworth.

Beuthner, M., & Weichert, S. A. (Hrsg.). (2005). *Die Selbstbeobachtungsfalle: Grenzen und Grenzgänge des Medienjournalismus* (1. Aufl). VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Buschow, C. (2017). *Die Neuordnung des Journalismus. Eine Studie zur Gründung neuer Medienorganisationen*. VS-Verlag.

Deuze, M. (2008). The changing context of news work: Liquid journalism for a monitorial citizenry. *International Journal of Communication*, *International Journal of Communication*. ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/290

Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, *19*(2), 165–181. https://doi.org/10.1177/1464884916688550

Dobusch, L. (2016). Plattformökonomie zwischen neuen Monopolen und Sharing Economy. *Zeitschrift für sozialistische Politik und Wissenschaft*, *1*, 46–50.

Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. (2006). Strategies for two-sided markets. *Harvard Business Review*, *84*(10), 92–102.

Gillespie, T. (2010). The politics of 'platforms'. *New Media & Society*, *12*(3), 347–364. https://doi.org/10.1177/1461444809342738

Grassmuck, V. (2018, September 25). Plattformen, Oberflächen, Intermediäre: Konsultation zum Medienstaatsvertrag.*netzpolitik.org*.https://netzpolitik.org/2018/plattformen-oberflaechen-intermediaere-konsultation-zum-medienstaatsvertrag/

Gundlach, H. (2018). Brauchen wir eine öffentlich-rechtliche Suchmaschine? In N. Gonser (Hrsg.), *Der öffentliche (Mehr-)Wert von Medien* (S. 129–150). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20498-3_9

Habermas, Juergen. (1992). *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Suhrkamp.

Habermas, Jürgen. (2008). Hat die Demokratie noch eine epistemische Dimension? Empirische Forschung und normative Theorie. In *Ach, Europa: Kleine politische Schriften XI* (S. 138–191). Suhrkamp.

Hagen, W. (2018). Facebook & Google entflechten? Wrum digitale Medien-Monopole eine Gefahr für Demokratien sind. *APuZ*, *68*(40–41/2018), 29–34.

Helmond, A. (2015). The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Social Media + Society*, *1*(2), 205630511560308. https://doi.org/10.1177/2056305115603080

Herman, J. (2016, Dezember 22). Facebook`s Problem isn´t fake news, it's the rest of the internet. In: New York Times. *New York Times*. https://www.nytimes.com/2016/12/22/magazine/facebooks-problem-isnt-fake-news-its-the-rest-of-the-internet.html

Lobigs, F. (2019). Kooperationsorientierte Weiterentwicklung der Medienordnung aus

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

medienökonomischer Perspektive. In T. Gostomzyk, O. Jarren, Lobigs, Frank, & C. Neuberger (Hrsg.), *Kooperationsorientierte Weiterentwicklung der Medienordnung* (S. 13–20). vbw.

Lobigs, F., & Neuberger, C. (2018). *Meinungsmacht im Internet und die Digitalstrategien von Medienunternehmen: Neue Machtverhältnisse trotz expandierender Internet-Geschäfte der traditionellen Massenmedien-Konzerne: Gutachten für die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)*. Vistas.

Lu, K. (2017). *How Americans Encounter, Recall and Act Upon Digital News* [Research Report]. Pew ResearchCenter.http://www.journalism.org/2017/02/09/how-americans-encounter-recall-and-act-upon-digital-news/

Luhmann, N. (1996). *Die Realität der Massenmedien* (2., erw. Aufl). Westdt. Verl.

Meyer, T. (2009). *Was ist Demokratie?* VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91434-3

Milborn, C. (2018). *Change the Game: Wie wir uns das Netz von Facebook und Google zurückerobern* (1. Auflage). Brandstätter.

Nechushtai, E. (2018). Could digital platforms capture the media through infrastructure? *Journalism*, *19*(8), 1043–1058. https://doi.org/10.1177/1464884917725163

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Kleis Nielsen, R. (2019). *Digital News Report 2019*. Reuters Institute. www.digitalnewsreport.org

O'Reilly, T. (2005, September 30). What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *www.oreilly.com*. https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html

Paal, B. (2018). *Intermediäre: Regulierung und Vielfaltssicherung. Gutachten im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW*. LfM. https://www.medienanstalt-nrw.de/index.php?id=54553

Paetsch, J., & Reichert, D. (2015). Potenziale nutzen mit Liquid Democracy. In M. Friedrichsen & R. A. Kohn (Hrsg.), *Digitale Politikvermittlung* (S. 499–515). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06571-3_32

Parker, G., Van Alstyne, M., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you* (First Edition). W. W. NORTON & COMPANY.

Pöttker, H. (2000). Kompensation von Komplexität. In M. Löffelholz (Hrsg.), *Theorien des Journalismus* (S. 375–390). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-322-97091-6_19

Prinzing, M. (2019). Entblößt im Glashaus oder auf Kurs in eine selbstbestimmte Zukunft? Von der Notwendigkeit einer systematischen ethischen Vermessung des Privaten als Basis digitaler Aufklärung – ein Essay. In *Intimisierung des Öffentlichen. Zur multiplen Privatisierung des Öffentlichen in der digitalen Ära* (S. 289–306). Springer VS.

Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2003). Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*, *1*(4), 990–1029. https://doi.org/10.1162/154247603322493212

Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2006). Two-sided markets: A progress report. *The RAND Journal of Economics*, *37*(3), 645–667. https://doi.org/10.1111/j.1756-2171.2006.tb00036.x

Schroer, M. (2003). Raumgrenzen in Bewegung Zur Interpenetration realer und virtueller Räume. In C. Funken & M. Löw (Hrsg.), *Raum—Zeit—Medialität* (S. 217–236). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-663-11233-4_10

Shearer, E., & Gottfried, J. (2017). *News Use across social media platforms 2017* [Research Report]. Pew Research Center. https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2017/09/PJ_17.08.23_socialMediaUpdate_FINAL.pdf

Thatcher, J. (2014). Big Data, Big Questions| Living on Fumes: Digital Footprints, Data Fumes, and the Limitations of Spatial Big Data. *International Journal of Communication*, *8*, 19.

Trilling, D., Tolochko, P., & Burscher, B. (2017). From Newsworthiness to Shareworthiness: How to Predict News Sharing Based on Article Characteristics. *Journalism & Mass Communication*

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

Quarterly, *94*(1), 38–60. https://doi.org/10.1177/1077699016654682

Vehkoo, J. (2013). *Crowdsourcing in Investigative Journalism*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Crowdsourcing_in_Investigative_Journalism_0.pdf

Weiß, H.-J. (Hrsg.). (1995). *Gewalt von Rechts - (k)ein Fernsehthema? Zur Fernsehberichterstattung über Rechtsextremismus, Ausländer und Asyl in Deutschland*. Leske + Budrich.

Welker, M. (2016). Journalismus als Inklusions- und Partizipationsleistung. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 385–402). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18966-6_23

Wessler, H., & Rinke, E. (2016). Journalismus und Politik. In *Handbuch Journalismustheorien* (S. 639–654). Springer.

Wied, K., Pies, J., & Büsching, T. (2020). „Social-clever-kompetent" kommunizieren. Empfehlungen für eine effiziente Kommunikation in der digitalen Welt. *Communicatio Socialis*, *53*(2), 172–182. https://doi.org/10.5771/0010-3497-2020-2-172

Wiesslitz, C., & Ashuri, T. (2011). 'Moral journalists': The emergence of new intermediaries of news in an age of digital media. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, *12*(8), 1035–1051. https://doi.org/10.1177/1464884910388236

Endnoten

[1] Der Begriff des Intermediärs wird im deutschen Medienrecht inzwischen von dem der Plattform unterschieden: Während Plattformen redaktionell geschlossene Systeme darstellen, sind Intermediäre prinzipiell offen: Sie führen verschiedenartige Contenttypen zusammen und ordnen sie gewissermaßen ‚postredaktionell' über den Einsatz von Algorithmen (vgl. stellvertretend Paal, 2018). In der (englischsprachigen) Forschung werden beide Begriffe meist synonym verwendet, auch die von uns befragten Expert*innen bezeichneten Intermediäre meist als Plattformen.

[2] Wie Thatcher (Thatcher, 2014) treffend formuliert hat, sind Forscher*innen, die sich mit Plattformen beschäftigen, meistens auf die „data fumes" angewiesen, die die großen Unternehmen hinterlassen, bekommen aber keinen Zugriff auf die Quelldaten.

[3] Seine metaphorische Leistungsfähigkeit ist mit der anderer Begriffe vergleichbar, die unser Denken über das Internet geprägt haben, begonnen mit der einschlägigen Raummetapher des *Cyberspace* (vgl. Schroer, 2003).

[4] Für den deutschen Markt siehe stellvertretend die Arbeiten von Frank Lobigs und Christoph Neuberger (Lobigs, 2019; Lobigs & Neuberger, 2018) sowie Milborn & Breitenecker (2018).

[5] In Deutschland ist ein prominentes Beispiel das von der Rheinischen Post in Kooperation mit der Google News-Initiative entwickelte *Listening-Center*.

[6] Als „Plattform-Journalismus" hat Hans-Jürgen Weiß in einem anderen Zusammenhang eine besonders effektgeladene Berichterstattung über Terror und Rechtsextremismus bezeichnet, die Gefahr läuft, als „Plattform" rechter Ideologien missbraucht zu werden (Weiß, 1995, S. 164). Diese Bedeutung ist hier nicht gemeint.

[7] Wie bereits bezogen auf das Plattform-Narrativ und die Ökonomie dargelegt, ist es wichtig, begrifflich zu differenzieren: In der öffentlichen Wahrnehmung wird der Begriff „Plattform" häufig nur eingrenzend bezogen auf die Plattform-Politiken der GAFAM, also der US-amerikanischen Technologie-Unternehmen Google (Alphabet), Amazon, Facebook, Apple und Microsoft. Wir verwenden den Begriff „Plattform" oder auch „plattformisiert" darüberhinaus auch für Betreiber, die Plattformen in einem erweiterten bzw. auf den begrifflichen Ausgangspunkt zurückreichenden Sinne der Idee vom „web as a platform" (O'Reilly, 2005) aufbauen wie z.B. die genannte Aktivismus- und Kampagnenplattform change.org oder die von uns untersuchten, neugegründeten journalistischen Plattformen, die bewusst eigene Strukturen im Web entwickeln.

[8] Im Jahr 2012 startete eine gleichnamige Crowdfunding-Plattform für journalistische Projekte, das eigentliche Projekt eines crowdfinanzierten Online-Magazins ging 2014 an den Start.

[9] Dazu wurden die Websites der Akteure mithilfe von web.archive.org zum Zeitpunkt des Launchs

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

betrachtet.

[10] So die Kampagnenwebsite vom 7.6. 2014. URL: https://web.archive.org/web/20140607103118/krautreporter.de/das-magazin (aufgerufen am 10. September 2019)

[11] So die Kampagnenseite vom 16.10.2015. URL: https://web.archive.org/web/20151016004452/https://perspective-daily.de/ (aufgerufen am 10. September 2019)

[12] So die Seite ‚Wie werde ich Riffreporter' vom 19.3.2018.URL:https://web.archive.org/web/20180319115549/https://www.riffreporter.de/wie-werde-ich-riffsupporter/ (aufgerufen am 10. September 2019)

[13] So die Seite „Warum wir das machen" vom 15.7.2014.URL:https://web.archive.org/web/20140715080339/https://www.correctiv.org/warum-wir-das-machen/ (aufgerufen am 10. September 2019)

[14] So die Kampagnenseite vom 19.5.2017. URL: http://web.archive.org/web/20170519060334/https://www.project-r.construction/ (aufgerufen am 10. September 2019)

[15] Der Fall „Carlos" beschreibt eine auch medial ausgefochtene Kontroverse um Sozialarbeit, Resozialisierung und Straffälligkeit eines Jugendlichen, die im Kern von Sommer 2013 bis ins Jahr 2015 andauerte, aber auch danach nicht ganz aufhörte. Der Fall löste breit geführte Debatten aus über den Aufwand für Betreuungs- und Resozialisierungsmaßnahmen. vgl. dazu N.N. (2018): Metallpritsche statt 4,5 Zimmer Wohnung. In: Blick.ch, 8.9.2018 https://www.blick.ch/news/schweiz/zuerich/carlos-sitzt-im-knast-von-dietikon-metallpritsche-statt-4-5-zimmer-wohnung-id2428283.html ; Auslöser war eine Dok von Hanspeter Bäni in Reporter SRF1 am 25.8.2013 https://www.srf.ch/play/tv/reporter/video/der-jugendanwalt?id=aec0a020-b2a5-4f53-99a4-9163b01ead78

[16] Vgl. Moser (L1) (Urner L2, Schraven L3, Krämer L4, Esser, L5)

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

© Marlis Prinzing, Sebastian Pranz (2020). Deliberativer Plattformjournalismus – Wunsch oder Wirklichkeit?. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 65-81. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70821.

Spieltheoretische Überlegungen zum digitalen Journalismus

Juliane A. Lischka

Journalistik und Kommunikationswissenschaft

Universität Hamburg

Allende Platz 1, 20146 Hamburg

Zusammenfassung

Dieser Beitrag verknüpft Theorien und Konzepte der Organisationsforschung und wendet sie zur Erklärung des Entstehens des redaktionellen Angebots von Nachrichtenorganisationen im digitalen Kontext an. Der Beitrag konzipiert Nachrichtenorganisationen als hybride Organisationen, die sich widersprüchlichen institutionellen Logiken verschrieben haben. Dabei lösen manche Entscheidungen – wie das Posten von Nachrichten im Clickbait-Stil – ein Dilemma zwischen publizistischen Normen und ökonomischen Zielen aus, das zunächst innerhalb der Organisation ausgehandelt werden muss. Werden kommerzielle Logiken vor dem Hintergrund von Kurationsalgorithmen sozialer Plattformen priorisiert, nutzen auch traditionelle Nachrichtenmedien Clickbait-Überschriften und weichen damit von professionellen Normen ab. Spieltheoretische Ansätze beschreiben, mittels welcher Spielstrategien Nachrichtenmedien abweichende Inhalte auf digitalen Plattformen anbieten.

Keywords: Clickbait, Isomorphismus, Kurationsalgorithmen, Nachrichten, soziale Plattformen, Spieltheorie

© Juliane A. Lischka (2020). Spieltheoretische Überlegungen zum digitalen Journalismus . In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 82-92. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70825.

Summary

This article links theories and concepts of organizational research and applies them to explain the emergence of editorial supply of news organizations in the digital context. The article conceives news organizations as hybrid organizations that are committed to contradictory institutional logics. Some decisions – such as the posting of clickbait-style news – trigger a dilemma between journalistic norms and economic goals that must first be negotiated within the organization. If commercial logics are prioritized against the background of curation algorithms of social platforms, traditional news media also use clickbait headlines and thus deviate from professional norms. Game theoretical approaches describe the game strategies by which news media supply deviating content on digital platforms.

Keywords: Clickbait, Isomorphism, Curation Algorithms, News, Social Platforms, Game Theory

© Juliane A. Lischka (2020). Spieltheoretische Überlegungen zum digitalen Journalismus . In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 82-92. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70825.

1. Einleitung

Entscheidungen in Nachrichtenorganisationen können oft als Konflikte zwischen publizistischen Idealen und ökonomischen Rahmenbedingungen beschrieben werden (Heinrich, 1996; Kiefer, 1998). Für den digitalen Journalismus sind Entscheidungen, die die Skalierbarkeit der Nachrichtenproduktion oder Werbeeinnahmen erhöhen, kommerziell nutzbringend. Wenn solche Entscheidungen aber möglicherweise die Qualität von Nachrichten beeinträchtigen, stellen sie ein Dilemma dar. Zu einer potenziell einnahmeerhöhenden Entscheidung zählt, ob und wie viel Native Advertising auf einer Nachrichtenseite zu sehen ist. Einerseits würde mehr Native Advertising zu mehr Einnahmen von Werbetreibenden führen. Andererseits sind Native Ads für das Publikum (Aribarg & Schwartz, 2020) – und auch die Redaktion (Carlson, 2015) – nur begrenzt akzeptabel. Ähnliches gilt bei automatisch generierten Artikeln (Graefe, Haim, Haarmann & Brosius, 2017) und maschinellem Kuratieren (Thurman, Moeller, Helberger & Trilling, 2019), was Beispiele für Skalierbarkeit sind. Solche Entscheidungen müssen zunächst innerhalb der Nachrichtenorganisation, beispielsweise zwischen Redaktion und Management, verhandelt werden. Ist eine Entscheidung positiv und kommt es zu einer Anwendung, muss diese dann auf Akzeptanz beim Publikum getestet werden, um die optimale Angebotsmenge zu ermitteln. Optimal hieße, Kosten zu senken oder Einnahmen zu erhöhen, wobei die Qualität der Inhalte, die Zufriedenheit des Publikums sowie die Legitimität der Nachrichtenorganisation nicht belastet werden. Die optimale Angebotsmenge ist typischerweise jedoch unbekannt und muss entdeckt werden.

Dieser Beitrag beschreibt die Prozesse des Verhandelns einer Dilemma-Entscheidung mit dem Konzept der hybriden Organisation und den Prozess des Entdeckens der optimalen Angebotsmenge mit einem spieltheoretischen Ansatz. Die organisationsinterne Verhandlung bei Dilemma-Entscheidungen wird mit dem Konzept der *hybriden Organisation* dargestellt. Hybride Organisationen haben sich mehreren, potenziell widersprüchlichen, institutionellen Logiken verpflichtet (Haigh & Hoffman, 2012). Dadurch stehen Akteure in hybriden Organisationen über alle Hierarchieebenen hinweg teils unvereinbaren Zielvorgaben gegenüber und müssen diese in Einklang bringen, um Entscheidungen in Bezug auf ihre Arbeit zu fällen. Das Entdecken einer optimalen Angebotsmenge kann spieltheoretisch als *experimentelles Revisionsspiel auf einen unbekannten Schwellenwert* (Chen, 2020) formuliert werden. Dieses Spiel zeigt der vorliegende Beitrag am Beispiel des Postens von Clickbait-Überschriften von Nachrichtenorganisationen auf sozialen Plattformen wie Facebook und Twitter. Soziale Plattformen stellen dabei Intermediäre zwischen Journalismus und Publikum dar, die Inhalte algorithmisch kuratieren. Nachrichtenorganisationen befinden sich bezüglich der Kuration ihrer Inhalte in einem Abhängigkeitsverhältnis zu sozialen Plattformen. Dem Prinzip des zwangsweisen Isomorphismus („coercive isomorphism“, DiMaggio & Powell, 1983) folgend, üben diese Kurationsalgorithmen einen Anpassungsdruck im Journalismus aus (Caplan & boyd, 2018) und mediieren das Finden des unbekannten Schwellenwertes.

Die Entlehnung von Theorien aus der Organisationsforschung und ihre Anwendung auf das Verhalten und Inhaltsangebot von Nachrichtenorganisationen kann den Theoriebestand der Journalistik/Journalismusforschung erweitern. Spieltheoretische Ansätze können dabei journalistische Entscheidungen, die in Konstellationen mit multiplen (organisationalen und individuellen) Akteur*innen und unter Informationsasymmetrie gefällt werden, abbilden und erklären. Damit leistet das Kapitel einen Beitrag zu einer theoretischen Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung vor dem Hintergrund des Einflusses von Kurationsalgorithmen sozialer Plattformen auf digitalen Journalismus. Am Beispiel des Postens von Clickbait-Überschriften können organisationssoziologische Theorien erklären, warum und wie Nachrichtenorganisationen weitgehend isomorph von professionellen Standards abweichen.

Der Beitrag ist wie folgt gegliedert: Zunächst beschreibe ich die Vorgeschichte zum Revisionsspiel mittels des Konzepts der hybriden Organisation sowie ihren Strategien, um widersprüchliche institutionelle Logiken zu verhandeln. Das Angebot von Clickbait-Inhalten stellt dabei ein Indikator für das Abweichen von publizistischen Normen zugunsten kommerzieller Ziele dar. Anschließend stelle ich die wesentlichen Aspekte des Spiels mit Belohnung, Schwellenwert und Spielzügen dar. Dann führe ich das Spielfeld auf sozialen Plattformen ein, deren Kurationsalgorithmen interaktionsauslösende Inhalte belohnen und Clickbait anregen. Dazu ist der wirtschaftssoziologische Ansatz des zwangsweisen Isomorphismus zentral.

© Juliane A. Lischka (2020). Spieltheoretische Überlegungen zum digitalen Journalismus . In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 82-92. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70825.

Abschließend ziehe ich ein Fazit zur Beziehung zwischen Plattformen und digitalem Journalismus sowie zur theoretischen Neujustierung.

2. Hybride Nachrichtenorganisationen

2.1 Nachrichtenorganisationen und widersprüchliche institutionelle Logiken

Hybride Organisationen sind in mindestens zwei institutionellen Domänen aktiv, die unterschiedlichen Logiken folgen, wie die Domänen Demokratie und Kapitalismus (Haigh & Hoffman, 2012; Pache & Santos, 2010). Hybride Organisationen zielen sowohl auf Gemeinnützigkeit als auch auf Gewinn ab, oder zumindest finanziell nachhaltige Wirtschaftlichkeit (Haigh, Walker, Bacq & Kickul, 2015). Sie sind in Bereichen wie Fair Trade, Tierschutz, Gleichberechtigung oder Inklusion aktiv, wo sie beispielsweise gezielt Arbeitsplätze für Benachteiligte schaffen (Haigh et al., 2015). Nachrichtenorganisationen wurden im Zusammenhang mit hybriden Organisationen nicht thematisiert, aber weisen ebenfalls das zentrale Charakteristikum der Zugehörigkeit von institutionellen Domänen mit widersprüchlichen Logiken auf (Lischka, 2019).

Institutionelle Logiken können als überorganisationale Muster menschlicher Aktivität verstanden werden, durch die Individuen und Organisationen ihre materielle Existenz produzieren und reproduzieren (vgl. Friedland & Alford, 1991, S. 243). Institutionelle Logiken bestimmen die Beziehung zwischen Organisationen, Individuen und Gesellschaft sowie determinieren dabei, welches Verhalten und welche Interpretationen als angemessen innerhalb einer Domäne gelten (Thornton, Ocasio & Lounsbury, 2015). Alvesson, Hallett und Spicer (2019) kritisieren diese wenig spezifische Definition institutioneller Logiken, durch die sowohl der Handschlag zur Begrüßung als auch die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen als Ausdruck institutioneller Logiken gelten können. Sie schlagen vor, institutionelle Logiken als soziale Konstrukte für normative Richtlinien für die Interpretationen und das Verhalten innerhalb einer institutionellen Domäne zu betrachten, die sich in Praktiken und Vokabular manifestieren (Alvesson et al., 2019).

Nachrichtenorganisationen können als zugehörig zu den Domänen Demokratie und Kapitalismus beschrieben werden, die einerseits Leistungen für die Gesellschaft erbringen (sollen) und andererseits oft gewinnorientiert – oder im Fall von öffentlich-rechtlichen Medienorganisationen zumindest teilweise marktorientiert – agieren. Institutionelle Logiken der gesellschaftlichen Leistungen und Gewinn- oder Marktorientierung stellen für Nachrichtenorganisationen Konflikte dar, die sich in professioneller Identität und Nachrichteninhalten niederschlagen (Hamilton, 2004; Hanitzsch & Vos, 2017). Einerseits ist eine zentrale professionelle Norm im Journalismus das "doing it for the public" (Deuze, 2005, S. 447). Andererseits stellen Nachrichtenprodukte eine Ware dar, die die Nachfrage am Publikums- sowie Werbemarkt befriedigen sollen. McManus (1992a, S. 205) schließt, dass sich Journalismus im Konflikt zwischen seiner gesellschaftlichen Mission und Erlösen befindet und "something more than a commodity" produziert. Damit lassen sich Nachrichtenorganisationen gemäß Haigh und Hoffman (2012) als hybride Organisationen klassifizieren, die teils paradoxen institutionellen Logiken folgen.

2.2 Das Verhandeln widersprüchlicher Logiken

Hybride Organisationen müssen ihre inkompatiblen Logiken verhandeln. Dazu haben Pratt und Foreman (2000) vier Verhandlungsstrategien identifiziert, um mit widersprüchlichen institutionellen Logiken umzugehen: Kompartimentierung, Löschung, Aggregierung und Fusion. Diese Strategien haben Einfluss auf die Pluralität von Logiken und das Bilden von Synergien zwischen Logiken.

Gemäß der *Kompartimentierung*sstrategie verbleiben widersprüchliche Logiken in getrennten Abteilungen, die auf jeweils eine Logik fokussieren und keine Synergien herstellen. Kompartimentierung ist dann sinnvoll, wenn Logiken häufig in Konflikt miteinander stehen und gleichermaßen wertvoll sind. Im Journalismus stellt die Trennung von Anzeigenabteilung und Redaktion eine Kompartimentierung dar – die jedoch inzwischen als synergetisch beschrieben wird (Cornia, Sehl & Nielsen, 2020).

Eine zweite Strategie ist die Reduktion oder *Löschung* einer widersprüchlichen Logik. Eine Löschung kann dann vollzogen werden, wenn die betreffende Logik in einer Abteilung angesiedelt ist, die von der Organisation abgetrennt werden kann (Pratt & Foreman, 2000, S. 29). Beispielsweise könnten

© Juliane A. Lischka (2020). Spieltheoretische Überlegungen zum digitalen Journalismus . In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 82-92. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70825.

Nachrichtenorganisationen, die ausschließlich vom Publikum oder Crowdfunding finanziert werden, Logiken der Werbemarktorientierung löschen und stattdessen eine stärkere Verbindung zum Publikum aufbauen (Aitamurto, 2011).

Drittens können Logiken durch Verknüpfung *aggregiert* werden. Bei einer Aggregierung können Logiken hierarchisiert werden (Pratt & Foreman, 2000). Dabei werden widersprüchlichen Logiken je nach Situation sequenziell Aufmerksamkeit geschenkt. In Bezug zu einer Hierarchisierung von Logiken kann Schudsons (2003) Trustee-Modell und Markt-Modell von Journalismus angeführt werden, in denen entweder gesellschaftliche Leistungen oder Marktorientierung stärker gewichtet werden. Das Mandat des Trustee-Modells bezieht sich auf die Prämisse der informierten Bürger*innen, die essenziell für eine Demokratie sind, und verfolgt das Ideal, eine deliberative Plattform für die Öffentlichkeit herzustellen (McQuail, 1983; Schudson, 2003). Das Marktmodell geht davon aus, dass die Qualität von Nachrichten von ihren Konsument*innen definiert wird und sich in ihrer Nachfrage widerspiegelt (McManus, 1992a). Die Orientierung an den Vorlieben eines Massenpublikums repräsentiert hier die Zielvorgabe. Etwas vereinfacht lassen sich Qualitätszeitungen tendenziell dem Trustee-Modell und Boulevardmedien eher dem Marktmodell folgend klassifizieren.

Viertens können multiple Logiken zu einer neuen Logik *fusioniert* werden, sodass sich Synergien zwischen beiden Logiken bilden (Pratt & Foreman, 2000). In Bezug auf digitalen Journalismus zeigt aktuelle Forschung vielfältige Beispiele zur Fusion (oder Versuchen einer Fusion) widersprüchlicher Logiken. Dies suggerieren beispielsweise die Ergebnisse von Cornia, Sehl und Nielsen (2020) zur nachlassenden Trennung der Anzeigenabteilung von Redaktion und einem ausgeprägten betriebswirtschaftlichen Denken bei Journalist*innen. Kurationsalgorithmen sozialer Plattformen beeinflussen redaktionelle Arbeit, was sich in interaktions-optimierten journalistischen Nachrichtenwerten niederschlägt (Lischka, 2018; Peterson-Salahuddin & Diakopoulos, 2020). Weiter wird die Publikumsorientierung zu einem Teil der professionellen Identität von Journalist*innen (Møller Hartley, 2013), was ein Verschmelzen eines weiteren Aspekts der Marktorientierung mit der gesellschaftlichen Aufgabe des Journalismus darstellt. Das Einbeziehen von Publikumsmetriken zur Nachrichtenselektion steht teilweise im Widerspruch mit traditionellen Nachrichtenfaktoren und wird mit diesen verhandelt (Tandoc, 2015; Welbers, van Atteveldt, Kleinnijenhuis, Ruigrok & Schaper, 2016), wobei den Metriken ein subtiles Veränderungsvermögen für redaktionelle Arbeit beigemessen wird (MacGregor, 2007). Hanusch und Tandoc (2018) argumentieren, dass die Messbarkeit des Online-Publikumsverhaltens und die verbreitete Messung von Publikumsmetriken in Redaktionen zur einer verstärkten Marktorientierung von Journalist*innen führt. Diese Fusionierung ist möglich, da Reichweiten- beziehungsweise Publikumsmaximierung im Markt- sowie Trustee-Modell als kompatibel gelten kann (McManus, 1992b). Mit einem größeren Publikum ist ein gesellschaftlicher Einfluss ebenfalls potenziell größer, was als erstrebenswert für Journalist*innen gilt (Wagemans, Witschge & Harbers, 2019).

Im Journalismus lassen sich demnach vielfältige Strategien finden, um mit den widersprüchlichen gesellschaftlich-normativen und kommerziellen Logiken umzugehen, sodass beide Logiken – oft in unterschiedlichem Maß – Berücksichtigung finden.

2.3 Der Fall Clickbait

Clickbait bezeichnet einen Formulierungsstil von journalistischen Inhalten, bei dem in Überschriften wesentliche Informationen zurückgehalten oder Inhalte sensationalisiert werden, um Neugier bei Leser*innen zu wecken und einen Klick auf die Nachricht auszulösen (Mourão & Robertson, 2019). Eine Überschrift wie „Morgen wird Regen erwartet“ kann beispielsweise in „Wie das Wetter morgen Ihre Laune beeinflusst“ zu einer Clickbait-Überschrift umformuliert werden (Scacco & Muddiman, 2020). Während auch traditionell formulierte Überschriften die Aufmerksamkeit von Leser*innen zu wecken versuchen sowie bestimmte Aspekte eines Artikels stärker herausstellen und andere verkürzen (Andrew, 2007), wird der Clickbait-Stil als eine Abweichung von professionellen journalistischen Standards verstanden (Scacco & Muddiman, 2020). Clickbait erzeugt dabei eine Spannung zwischen kommerziellen und normativen Logiken im Journalismus. In Bezug auf kommerzielle Logiken kann Clickbait zu einer höheren Klickzahl auf Artikel führen (Zhang, Du, Bian, Peng & Jiang, 2020), was ein Nachrichtenmedium attraktiver für Werbetreibende macht und letztendlich Erlöse generieren kann. Mit gesellschaftlich-normativen und professionellen

© Juliane A. Lischka (2020). Spieltheoretische Überlegungen zum digitalen Journalismus . In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 82-92. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70825.

Logiken ist Clickbait dagegen schwerer vereinbar. Lediglich die potenzielle Publikumsmaximierung kann hier als Argument für das Anwenden von Clickbait angeführt werden, wodurch die Sichtbarkeit eines Artikels erhöht wird.

Trotz der Abweichung von professionellen Normen zeigt bisherige Forschung, dass Clickbait-Überschriften im Journalismus weit verbreitet sind. Während Clickbait-Überschriften zunächst von digitalen Nachrichtenmedien wie BuzzFeed, deren Fokus auf interaktionsinduzierenden Inhalten liegt, angewandt wurden (Tandoc, 2018), wird der Clickbait-Stil sowohl von Boulevardmedien (Blom & Hansen, 2015) als auch traditionellen Nachrichtenmedien wie der *Washington Post* und der *New York Times* (Rony, Hassan & Yousuf, 2017) oder *El País* verwendet (Palau-Sampio, 2016). Das Anwenden von Clickbait kann als Indikator für eine Hierarchisierung widersprüchlicher Logiken zugunsten von kommerziellen Marktlogiken und zulasten von professionell-normativen Logiken gewertet werden. Diese Hierarchisierung wird von einer digitalen „Clickbait Medienumgebung" begünstigt (Munger, 2020), in der Nachrichtenorganisationen miteinander und mit anderen Inhaltsanbietern um Publikumsaufmerksamkeit im Wettbewerb stehen (Myllylahti, 2020). Diese Clickbait-Umgebung verstärkt sich auf sozialen Plattformen, die Inhalte mittels Algorithmen kuratieren (Caplan & boyd, 2018) und wo Interaktion eine zentrale Währung darstellt (Munger, 2020).

Dabei stellt Clickbait ein Dilemma für traditionelle Nachrichtenorganisationen dar, weil sie ihre Glaubwürdigkeit und Legitimität riskieren, wenn sie dem Publikum zu viel Clickbait bieten (Molyneux & Coddington, 2020; Zhang et al., 2020). Zhang et al. (2020) zeigen am Beispiel von Clickbait-Posts in WeChat, der zentralen sozialen Plattform in Asien (Montag, Becker & Gan, 2018), dass die Clickbait-Anzahl in einem umgekehrt *U*-förmigen Zusammenhang mit Klicks steht. Also besonders geringe und besonders hohe Anteile von Clickbait führen zu deutlich weniger Traffic als ein mittleres Clickbait-Niveau. Dieser Zusammenhang ist bei älteren Nachrichtenorganisationen, die Clickbait posten, besonders stark (Zhang et al., 2020). Das heißt, vor allem traditionelle Nachrichtenmedien werden bei zu viel Clickbait stärker mit einem Traffic-Rückgang bestraft. Um ihr optimales Maß an Clickbait zu finden, müssen Nachrichtenorganisation mit Clickbait experimentieren.

3. Nachrichtenorganisationen und Spieltheorie

3.1 Experimentelles Revisionsspiel auf einen unbekannten Schwellenwert des Publikums

Spieltheoretische Ansätze sind nützlich für das Erklären von Dilemma-Entscheidungen (Cason & Gangadharan, 2015) sowie bei Unsicherheit und unbekannten Schwellenwerten (Botelho, Dinar, Costa Pinto & Rapoport, 2014). Für solche Bedingungen entwickelt Chen (2020) ein experimentelles Revisionsspiel auf einen unbekannten Schwellenwert. Er nutzt dabei das Beispiel eines Nahrungsmittelherstellers, der eine billigere Substanz einsetzen möchte, wobei aber weder die Produktqualität verringert werden noch Gesundheitsrisiken für Konsument*innen entstehen dürfen. Um herauszufinden, welcher Anteil der billigeren Substanz maximal eingesetzt werden darf, kann der Hersteller den Anteil schrittweise erhöhen. Übertritt der Anteil einen Schwellenwert, kann das gravierende Folgen für die Legitimität des Nahrungsmittelherstellers haben. Mit einer Revision nach jeder Erhöhung durch die Beobachtung von Konsument*innenverhalten kann sich der Hersteller dem unbekannten Schwellenwert annähern.

Ähnlich wollen Nachrichtenorganisationen Clickbait-Überschriften anbieten (oder fühlen sich dazu gezwungen) um Sichtbarkeit und Traffic zu erhöhen, aber ohne negative Effekte auszulösen. Dabei bestätigen Befunde sowohl, dass Clickbait effektiv für Traffic ist (Rony et al., 2017), als auch dass Clickbait nicht zu mehr Traffic führt als Nicht-Clickbait (Kuiken, Schuth, Spitters & Marx, 2017; Mourão & Robertson, 2019; Scacco & Muddiman, 2020). Diese Widersprüche können den von Zhang et al. (2020) gefundenen, umgekehrt *U* -förmigen Zusammenhang zwischen Clickbait und Traffic untermauern. Über die Zeit aggregieren sich negative Erfahrungen mit Clickbait-Artikeln, die eine ausgelöste Neugier nicht befriedigen können und Leser*innen enttäuschen. Molyneux und Coddington (2020) finden Anzeichen für eine Verschlechterung der Qualitätswahrnehmung des Nachrichtenanbieters beim Posten von Clickbait und Publikumsmitglieder könnten sich ganz vom Nachrichtenanbieter abwenden. Um diesen Schwellenwert nicht zu überschreiten, können Nachrichtenmedien mit der Anzahl von Clickbait-Überschriften experimentieren und diese schrittweise erhöhen. Durch das Beobachten des Publikumsverhaltens können sich Nachrichtenmedien

© Juliane A. Lischka (2020). Spieltheoretische Überlegungen zum digitalen Journalismus . In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 82-92. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70825.

nach und nach dem Schwellenwert annähern. Dabei weisen die Ergebnisse von Molyneux und Coddington (2020) darauf hin, dass der Clickbait Schwellenwert je nach Sensationalisationspräferenzen und Enttäuschungserfahrungen individuell und dynamisch über die Zeit variiert. Luca, Munger, Nagler und Tucker (2020) bestätigen, dass Clickbait-Präferenzen je nach Alter, Bildung und politischer Position variieren. Ältere Personen mit geringerem Bildungsstand und konservative Personen waren in ihrer Studie Clickbait zugeneigter. Das führt zu zusätzlicher Unsicherheit bei der Schwellenwertsuche.

Das Ziel des Clickbait-Spiels ist also, den optimalen Schwellenwert durch Experimentieren und Revision zu finden. Optimal ist das mittlere Niveau auf der umgekehrten *U*-Form, bevor Interaktion und Traffic rückläufig werden. Als Spielzüge können die Nachrichtenorganisationen die Menge an Clickbait-Überschriften schrittweise erhöhen. Vor jedem erneuten Erhöhen werden die bisherigen Publikumsreaktionen berücksichtigt. Nachrichtenmedien können auch Inhalte und Überschriftenformulierungen vorab testen, um Interaktion zu maximieren (Scacco & Muddiman, 2020). Wenn die Clickbait-Posts mit Traffic belohnt werden, kann im nächsten Schritt die Menge erhöht werden. Wenn Traffic jedoch nicht mehr linear mit der Menge an Clickbait ansteigt, ist Zurückhaltung geboten. Meese und Hurcombe (2020, 5) beschreiben dieses Verhalten als „riding the waves of engagement".

3.2 Experimentelles Revisionsspiel auf einen unbekannten Schwellenwert von sozialen Plattformen

Clickbait-Überschriften werden auf sozialen Plattformen wie Facebook gepostet, wo sie die Interaktion als Währung für Sichtbarkeit auszunutzen versuchen (Munger, 2020). Für das Clickbait-Revisionsspiel auf sozialen Plattformen stellen die Plattformen das Spielfeld zur Verfügung, auf das sie regulativ eingreifen und die Belohnung für Nachrichtenmedien beschränken können. Plattformen profitieren von einem interaktionsauslösenden Inhaltsangebot von Nachrichtenmedien über den Nutzen ihrer Plattform für User*innen und daraus folgende lange Verweildauern und Wiederbesuche (Chen & Pain, 2019). Caplan und boyd (2018) argumentieren, dass Facebooks Kurationsalgorithmen die Nachrichtenorganisationen dazu zwingen, ihre journalistischen Inhalte an die Vorgaben der Algorithmen anzupassen und Inhalte daher immer ähnlicher werden. So üben Kurationsalgorithmen einen Anpassungsdruck im Sinne des institutionellen Isomorphismus gemäß DiMaggio und Powell (1983) aus. Das hieße, wenn Facebooks Kurationsalgorithmen Clickbait begünstigen, dann sollte das Clickbait-Angebot über die Mehrheit von Nachrichtenmedien hinweg zunehmen – selbst bei Nachrichtenmedien, die sonst keine Clickbait-Überschriften bevorzugen würden. Dieser Anpassungsdruck führt möglichweise bereits bei der internen Verhandlung von widersprüchlichen Logiken zur Hierarchisierung zugunsten kommerzieller Marktlogiken und zulasten professioneller Normen.

Dabei haben Plattformen einen eigenen Schwellenwert für Clickbait. Dieser liegt vermutlich nahe dem Schwellenwert von Nutzer*innen der Plattformen, da Plattformen daran interessiert sind, den Nutzen ihrer Plattform für Nutzer*innen zu maximieren. Wenn Nutzer*innen Clickbait als unerfreulich empfinden, können Plattformen Nachrichtenmedien für das Überschreiten des Schwellenwertes mit geringerer Sichtbarkeit bestrafen. So hat Facebook in den vergangenen Jahren seine Algorithmen angepasst, um „misleading and spammy" Clickbait gezielt zu bestrafen (El-Arini & Tang, 2014; Peysakhovich & Hendrix, 2016) und macht stattdessen Vorschläge, wie man Interaktion ohne Clickbait erreichen kann (facebook for media, 2017). Diese Anpassungen der Empfehlungsalgorithmen signalisieren den spielenden Akteur*innen, dass der Schwellenwert für die Plattform überschritten wurde, und sollten zu einer Verringerung von Clickbait-Überschriften führen.

Das Szenario des Überschreitens eines solchen *regulativen* Schwellenwertes zeigen Chen, Du, Wang und Wang (2019) am Beispiel von Falschinformationen in Wirtschaftsprüfungsberichten börsennotierter Unternehmen für die US-amerikanische Börsenaufsichtsbehörde (SEC Filings). Dabei hängt die Anzahl an Falschinformationen vom Grad der Unsicherheit in Bezug auf einen regulativen Schwellenwert sowie von der Beobachtbarkeit von Falschinformationen bei Wettbewerbern ab. Die Unternehmen spielen also ein strategisches Experimentalspiel auf einen unbekannten regulativen Schwellenwert (Chen et al., 2019). Übertragen auf das Clickbait-Posten in den Spielzügen des Revisionsspiels suchen Nachrichtenmedien einen weiteren, regulativen Schwellenwert der jeweiligen sozialen Plattform und beobachten

© Juliane A. Lischka (2020). Spieltheoretische Überlegungen zum digitalen Journalismus . In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 82-92. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70825.

Wettbewerberverhalten neben dem Publikumsverhalten möglicherweise intensiver.

Eine intensive Wettbewerbsbeobachtung übt neben dem isomorphen Anpassungsdruck der Kurationsalgorithmen einen mimetischen Isomorphismus aus (Caplan & boyd, 2018). Unsicherheit begünstigt mimetisches Verhalten zwischen Wettbewerbern, weil "[o]rganizations tend to model themselves after similar organizations in their field that they perceive to be more legitimate or successful" (DiMaggio & Powell, 1983, S. 152). Boczkowski (2010) schlussfolgert, dass mimetisches Verhalten auch dann geschieht, wenn Journalist*innen dieses nicht gutheißen. Anpassungsdruck der Kurationsalgorithmen und mimetischer Isomorphismus erklären, warum auch traditionelle Nachrichtenmedien von journalistischen Standards abweichen und Clickbait nutzen.

4. Fazit

Der vorliegende Beitrag verknüpft Theorien und Konzepte aus der Organisationsforschung und wendet sie auf das Verhalten von Nachrichtenorganisationen an. Dabei bereichern diese den Theoriebestand der Journalistik/Journalismusforschung und leisten damit einen Beitrag zur theoretischen Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung. Vor diesem Hintergrund lassen sich zudem aktuelle Erkenntnisse der Journalistik diskutieren, die bisher nicht organisationstheoretisch eingeordnet wurden. Ein organisationssoziologischer Zugang kann einen theoretischen Rahmen zur Skizzierung interner Prozesse in Nachrichtenorganisationen sowie ihrer Beziehungen zur Umwelt und für Entscheidungen von Journalist*innen in Bezug auf das resultierende Nachrichtenprodukt bieten.

Vor dem Hintergrund des Konzepts der hybriden Organisationen kann erstens geschlussfolgert werden, dass im Journalismus ein ständiger und aktiver Aushandlungsprozess zu widersprüchlichen institutionellen Logiken stattfindet (Hanitzsch & Vos, 2017), bei dem Logiken durch Kompartimentierung, Löschung, Aggregation oder Fusionierung miteinander abgestimmt werden (Pratt & Foreman, 2000). Für den digitalen Journalismus zeigen sich vielfältige Beispiele für die Fusionierung von widersprüchlichen Logiken im Rahmen bisheriger Forschung (Cornia, Sehl & Nielsen, 2020; Hanusch & Tandoc, 2018; Lischka, 2018; Møller Hartley, 2013). Mit der Fusionierungsstrategie, die Synergien zwischen widersprüchlichen Logiken knüpft, treten publizistische Normen jedoch tendenziell in den Hintergrund. Darüber hinaus wären Strategien, die die Vielfalt von Logiken reduzieren statt Synergien herzustellen, aus normativer Sicht problematisch. Zukünftige Forschung sollte beobachten, welche Aushandlungsstrategien im Journalismus mit welchen Folgen für das Verhältnis zwischen publizistischen Normen und kommerziellen Logiken angewandt werden.

Zweitens zeigt der Beitrag am Beispiel des Postens von Clickbait auf sozialen Plattformen, dass Dilemma-auslösende Entscheidungen unter Unsicherheit spieltheoretisch gemäß Chen (2020) sowie Chen et al. (2019) als ein experimentelles Revisionsspiel auf unbekannte Schwellenwerte beim Publikum beziehungsweise bei einer regulativen Instanz konzipiert werden können. Jedoch kann das Spiel nicht isoliert ohne seine Vorgeschichte und seinen Kontext betrachten werden. Dabei lösen Kurationsalgorithmen von sozialen Plattformen und Wettbewerbsverhalten eine Anpassung im Sinne des institutionellen Isomorphismus innerhalb des Journalismus aus (Caplan & boyd, 2018; DiMaggio & Powell, 1983). Somit kann kollektives Verhalten von Nachrichtenorganisationen und ihr Nachrichten-angebot vor dem Hintergrund von Plattformabhängigkeit und Kurationsalgorithmen erklärt werden. Am Beispiel des Postens von Clickbait, des Angebots von automatisierten Inhalten oder der Menge an Native Advertising kann zukünftige empirische Forschung isomorphe Tendenzen innerhalb des Journalismus aufzeigen und eruieren, inwieweit Kurationsalgorithmen dabei Anpassungsdruck ausüben.

Literaturverzeichnis

Aitamurto, T. (2011). The impact of crowdfunding on journalism. Case study of Spot.us, a platform for community-funded reporting. *Journalism Practice*, *5* (4), 429–445. https://doi.org/10.1080/17512786.2010.551018

Alvesson, M., Hallett, T. & Spicer, A. (2019). Uninhibited Institutionalisms. *Journal of Management Inquiry, 51,* 105649261882277. https://doi.org/10.1177/1056492618822777

Andrew, B. C. (2007). Media-generated shortcuts. Do newspaper headlines present another roadblock for low-information rationality? *Harvard International Journal*

© Juliane A. Lischka (2020). Spieltheoretische Überlegungen zum digitalen Journalismus . In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 82-92. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70825.

of Press/Politics, 12 (2), 24–43. https://doi.org/10.1177/1081180x07299795

Aribarg, A. & Schwartz, E. M. (2020). Native Advertising in Online News. Trade-Offs Among Clicks, Brand Recognition, and Website Trustworthiness. *Journal of Marketing Research, 57* (1), 20–34. https://doi.org/10.1177/0022243719879711

Blom, J. N. & Hansen, K. R. (2015). Click bait. Forward-reference as lure in online news headlines. *Journal of Pragmatics, 76,* 87–100. https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.11.010

Boczkowski, P. J. (2010). *News at Work. Imitation in an Age of Information Abundance:* University of ChicagoPress.https://doi.org/10.7208/chicago/9780226062785.001.0001

Botelho, A., Dinar, A., Costa Pinto, L. M. & Rapoport, A. (2014). Time and uncertainty in resource dilemmas. Equilibrium solutions and experimental results. *Experimental Economics, 17* (4), 649–672. https://doi.org/10.1007/s10683-013-9388-2

Caplan, R. & boyd, d. (2018). Isomorphism through algorithms. Institutional dependencies in the case of Facebook. *Big Data & Society*. https://doi.org/10.1177/2053951718757253

Carlson, M. (2015). When news sites go native: Redefining the advertising-editorial divide in response to native advertising. *Journalism, 16* (7), 849-865. https://doi.org/10.1177/1464884914545441

Cason, T. N. & Gangadharan, L. (2015). Promoting cooperation in nonlinear social dilemmas through peer punishment. *Experimental Economics, 18* (1), 66–88. https://doi.org/10.1007/s10683-014-9393-0

Chen, V. Y. & Pain, P. (2019). News on Facebook. How Facebook and Newspapers Build Mutual Brand Loyalty Through Audience Engagement. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. https://doi.org/10.1177/1077699019876634

Chen, Y. (2020). A revision game of experimentation on a common threshold. *Journal of Economic Theory*. https://doi.org/10.1016/j.jet.2020.104997

Chen, Y., Du, K., Wang, S. & Wang, Z. (2019). Misreporting as Strategic Experimentation. Theory and Evidence. *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.3499120

Cornia, A., Sehl, A. & Nielsen, R. K. (2020). 'We no longer live in a time of separation'. A comparative analysis of how editorial and commercial integration became a norm. *Journalism, 21* (2), 172-190. https://doi.org/10.1177/1464884918779919

Deuze, M. (2005). What is Journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism, 6* (4), 442–464. https://doi.org/10.1177/1464884905056815

DiMaggio, P. J. & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review, 48* (2), 147–160.

El-Arini, K. & Tang, J. (Facebook Newsroom, Hrsg.) (2014). *Click-baiting,* Facebook Newsroom.

Facebook for media (2017, 17. Mai). *Drive Reach and Referrals Without Clickbait*. Verfügbar unter https://www.facebook.com/facebookmedia/blog/drive-reach-and-referrals-without-clickbait

Friedland, R. & Alford, R. R. (1991). Bringing Society Back In. Symbols, Practices, and Institutional Contradictions. In W. W. Powell & P. DiMaggio (Eds.), *The new institutionalism in organizational analysis* (pp. 232–263). Chicago: University of Chicago Press.

Graefe, A., Haim, M., Haarmann, B. & Brosius, H.-B. (2017). Readers' perception of computer-generated news. Credibility, expertise, and readability. *Journalism, 19* (5), 595–610. https://doi.org/10.1177/1464884916641269

Haigh, N. & Hoffman, A. J. (2012). Hybrid organizations. *Organizational Dynamics, 41* (2), 126–134. https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2012.01.006

Haigh, N., Walker, J., Bacq, S. & Kickul, J. (2015). Hybrid Organizations. Origins, Strategies, Impacts, and Implications. *California Management Review, 57* (3), 5–12. https://doi.org/10.1525/cmr.2015.57.3.5

Hamilton, J. T. (2004). *All the news that's fit to sell. How the market transforms information into news*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

© Juliane A. Lischka (2020). Spieltheoretische Überlegungen zum digitalen Journalismus . In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 82-92. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70825.

Hanitzsch, T. & Vos, T. P. (2017). Journalistic Roles and the Struggle Over Institutional Identity. The Discursive Constitution of Journalism. *Communication Theory, 27* (2), 115–135. https://doi.org/10.1111/comt.12112

Hanusch, F. & Tandoc, E. C. (2018). Comments, analytics, and social media. The impact of audience feedback on journalists' market orientation. *Journalism, 20* (6), 695–713. https://doi.org/10.1177/1464884917720305

Heinrich, J. (1996). Qualitätswettbewerb und/oder Kostenwettbewerb im Mediensektor? *Rundfunk und Fernsehen, 44* (2), 165–184.

Kiefer, M. L. (1998). Die ökonomischen Zwangsjacken der Kultur. Wirtschaftliche Bedingungen der Kulturproduktion und -distribution durch Massenmedien. *Publizistik, 43* (Sonderheft 2/1998: Medien-Kulturkommunikation), 97–114. https://doi.org/10.1007/978-3-322-92515-2_6

Kuiken, J., Schuth, A., Spitters, M. & Marx, M. (2017). Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment. *Digital Journalism, 5* (10), 1300–1314. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1279978

Lischka, J. A. (2018). Logics in Social Media News Making. How social media editors marry the Facebook logic with journalistic standards. *Journalism*. https://doi.org/10.1177/1464884918788472

Lischka, J. A. (2019). Fluid institutional logics in digital journalism. *Journal of Media Business Studies, 17* (2), 113–131. https://doi.org/10.1080/16522354.2019.1699764

Luca, M., Munger, K., Nagler, J. & Tucker, J. A. (2020). *You Won't Believe Our Results! But They Might: Heterogeneity in Beliefs About The Accuracy of Online Media*. Verfügbar unter http://kmunger.github.io/pdfs/clickbait_italy.pdf

MacGregor, P. (2007). Tracking the online audience. Metric data start a subtle revolution. *Journalism Studies, 8* (2), 280–298. https://doi.org/10.1080/14616700601148879

McManus, J. H. (1992a). Serving the public and serving the market. A conflict of interest? *Journal of Mass Media Ethics, 7* (4), 196–208. https://doi.org/10.1207/s15327728jmme0704_1

McManus, J. H. (1992b). What kind of commodity is news? *Communication Research, 19* (6), 787–805. https://doi.org/10.1177/009365092019006007

McQuail, D. (1983). *Mass communication theory. An introduction*. London: Sage.

Meese, J. & Hurcombe, E. (2020). Facebook, news media and platform dependency. The institutional impacts of news distribution on social platforms. *New Media & Society*. https://doi.org/10.1177/1461444820926472

Møller Hartley, J. (2013). The online journalist between ideals and audiences: Towards a (more) audience-driven and source-detached journalism? *Journalism Practice, 7* (5), 572–587. https://doi.org/10.1080/17512786.2012.755386

Molyneux, L. & Coddington, M. (2020). Aggregation, Clickbait and Their Effect on Perceptions of Journalistic Credibility and Quality. *Journalism Practice, 14* (4), 429–446. https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1628658

Montag, C., Becker, B. & Gan, C. (2018). The Multipurpose Application WeChat. A Review on Recent Research. *Frontiers in Psychology, 9,* 2247. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02247

Mourão, R. R. & Robertson, C. T. (2019). Fake News as Discursive Integration. An Analysis of Sites That Publish False, Misleading, Hyperpartisan and Sensational Information. *Journalism Studies, 20* (14), 2077–2095. https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1566871

Munger, K. (2020). All the News That's Fit to Click. The Economics of Clickbait Media. *Political Communication, 37* (3), 376–397. https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1687626

Myllylahti, M. (2020). Paying Attention to Attention. A Conceptual Framework for Studying News Reader Revenue Models Related to Platforms. *Digital Journalism, 8* (5), 567–575. https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1691926

Pache, A.-C. & Santos, F. (2010). When Worlds Collide: The Internal Dynamics of Organizational Response to Conflicting Institutional

© Juliane A. Lischka (2020). Spieltheoretische Überlegungen zum digitalen Journalismus . In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 82-92. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70825.

Demands. *Academy of Management Review, 35* (3), 455–476.

Palau-Sampio, D. (2016). Reference press metamorphosis in the digital context. Clickbait and tabloid strategies in Elpais.com. *Communication & Society, 29* (2), 63–79. https://doi.org/10.15581/003.29.2.63-79

Peterson-Salahuddin, C. & Diakopoulos, N. (2020). Negotiated Autonomy. The Role of Social Media Algorithms in Editorial Decision Making. *Media and Communication, 8* (3), 27–38. https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3001

Peysakhovich, A. & Hendrix, K. (2016). *Further Reducing Clickbait in Feed,* Facebook Newsroom. Verfügbar unter https://about.fb.com/news/2016/08/news-feed-fyi-further-reducing-clickbait-in-feed/

Pratt, M. G. & Foreman, P. O. (2000). Classifying Managerial Responses to Multiple Organizational Identities. *Academy of Management Review, 25* (1), 18–42. https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791601

Rony, M. M. U., Hassan, N. & Yousuf, M. (2017). Diving Deep into Clickbaits. In J. Diesner, E. Ferrari & G. Xu (Hrsg.), *Proceedings of the 2017 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining 2017* (S. 232–239). New York, NY, USA: ACM.

Scacco, J. M. & Muddiman, A. (2020). The curiosity effect. Information seeking in the contemporary news environment. *New Media & Society, 22* (3), 429–448. https://doi.org/10.1177/1461444819863408

Schudson, M. (2003). *The sociology of news* (Contemporary societies). New York: Norton.

Tandoc, E. C. (2015). Why web analytics click. Factors affecting the ways journalists use audience metrics. *Journalism Studies, 16* (6), 782–799. https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.946309

Tandoc, E. C. (2018). Five ways BuzzFeed is preserving (or transforming) the journalistic field. *Journalism, 19* (2), 200–216. https://doi.org/10.1177/1464884917691785

Thornton, P. H., Ocasio, W. & Lounsbury, M. (2015). The institutional logics perspective. A new approach to culture, structure, and process. In R. A. Scott & S. M. Kosslyn (Hrsg.), *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*. Wiley.

Thurman, N., Moeller, J., Helberger, N. & Trilling, D. (2019). My Friends, Editors, Algorithms, and I. *Digital Journalism, 7* (4), 447–469. https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1493936

Wagemans, A., Witschge, T. & Harbers, F. (2019). Impact as driving force of journalistic and social change. *Journalism, 20* (4), 552-567. https://doi.org/10.1177/1464884918770538

Welbers, K., van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., Ruigrok, N. & Schaper, J. (2016). News selection criteria in the digital age. Professional norms versus online audience metrics. *Journalism, 17* (8), 1037–1053. https://doi.org/10.1177/1464884915595474

Zhang, W., Du, W., Bian, Y., Peng, C.-H. & Jiang, Q. (2020). Seeing is not always believing. An exploratory study of clickbait in WeChat. *Internet Research, 30* (3), 1043–1058. https://doi.org/10.1108/INTR-09-2019-0373

© Juliane A. Lischka (2020). Spieltheoretische Überlegungen zum digitalen Journalismus . In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 82-92. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70825.

Normative Legitimation of Digital Longforms in Journalism: Three Arguments for Complex Digital Storytelling

Rosanna Planer, Alexander Godulla, Cornelia Wolf

Leipzig University, Institute for Communication and Media Studies

Zusammenfassung

*Digitale Langformen sind aufwendig produzierte Multimedia-Stories, die ihre User*innen über eine komplexe Thematik informieren und dabei verschiedene Perspektiven einbeziehen. Für Medienhäuuser stellen diese Stories eine Chance zur Prestigesteigerung dar, doch müssen dafür überdurchschnittlich viele personelle, zeitliche sowie monetäre Ressourcen aufgewandt werden. Im Hinblick auf eine normative Legitimierung digitaler Langformen untersucht dieses Paper drei Argumente für deren Produktion: Für Digitalen Journalismus (I) stellen Langformen eine Möglichkeit zum Ausdruck von Qualität im digitalen Bereich und zum Erfüllen der demokratischen Funktion dar; für Journalist*innen (II) beinhalten sie die Chance, neue Produktionsroutinen und Kollaborationen zu etablieren; und dem Publikum (III) ermöglichen digitale Langformen, sich fundiert und mitunter immersiv über Themen zu informieren und einen Wissenszuwachs zu erlangen. Mögliche Gegenargumente und Bedenken werden ebenfalls adressiert.*

Keywords: Digitale Langformen, Digitaler Journalismus, Normative Legitimierung, Multimedia, Storytelling

© Rosanna Planer, Alexander Godulla, Cornelia Wolf (2020). Normative Legitimation of Digital Longforms in Journalism: Three Arguments for Complex Digital Storytelling. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 93-104. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70826.

Summary

Digital longforms are extensive, technologically advanced multimedia stories which inform users about a complex topic and thereby integrate different perspectives. While media outlets benefit from the prestige-enhancing potentials of these stories, their production bundles timely, monetary and human resources above average. In light of a normative legitimation, this paper critically explores three arguments for the production of these complex digital longforms. It argues that for digital journalism (I), longforms can be seen as a means for demarcation and for fulfilling its democratic role; for the producing journalists (II), longform production bears the chance to establish new production routines and collaborations; and for the audience (III), digital longforms provide the potential for users to immerse into a topic and to gain profound knowledge about it. Potential counter arguments or related concerns will be addressed.

Keywords: Digital Longforms, Digital Journalism, Normative Legitimation, Multimedia, Storytelling

© Rosanna Planer, Alexander Godulla, Cornelia Wolf (2020). Normative Legitimation of Digital Longforms in Journalism: Three Arguments for Complex Digital Storytelling. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 93-104. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70826.

1) Introduction: Legitimizing Digital Longforms

"Immersive longform (...) is characterized by both completeness of experience and depth of critical engagement" (Dowling, 2019, p. 1).

Critical engagement can be considered among the most valuable pillars of journalism, indicating both the journalistic rigor with which debatable topics need to be approached as well as journalism's independent fourth estate function (Carson & Farhall, 2018, p. 1900). In fact, considering the changes within the public communication market, "(...) journalists cast themselves fundamentally as sense-makers rather than information-gatherers during an era in which information gathering has been widely networked" (Coddington, 2014, p. 678).

Due to internet-specific potentials and qualities such as ubiquity, permanent access and constant updates (Neuberger, 2009, p. 25; Wolf & Godulla, 2016, p. 7), information gathering indeed rapidly became a practice everybody with the necessary technological means could exercise. "In a time when all sorts of information is freely and readily available to everyone", it became crucial for journalism to establish tailored formats for providing background information and creating context for complex issues in order to inform the public (Gambarato & Alzamora, 2018, p. xiv).

One of these tailored formats are digital or immersive longforms (Dowling & Vogan, 2015; Dowling, 2019; Wolf & Godulla, 2016), also referred to as longform storytelling (Hiippala, 2017; Planer & Godulla, 2020; Tulloch & Ramon, 2017) and longform news stories (Jacobson, Marino & Gutsche, 2018). Media outlets worldwide produce these "complex journalistic projects rich in text and multimedia elements" (Planer & Godulla, 2020, p. 1) because they assist in "informing and showing, highlighting, addressing, raising awareness, uncovering and defining a specific topic" (ibid., p. 11). While these stories can vary significantly in style, entertainment function, informative nature and integrated multimedia elements – i.e. being heavy in video or photo or focusing primarily on interactive data visualizations – they carry a range of similar values and potentials.

The most obvious potential of digital longforms are their "promotional functions" (Dowling, 2019, p. 5), which is why media outlets aim at serving "commercial strategies" when producing digital longforms (Dowling & Vogan, 2015, p. 210). When a complex longform goes viral throughout the internet, it is not only "building prestige for a media outlet's brand" (Dowling & Vogan, 2015, p. 210), but furthermore transfers this level of sophistication and intellect to its readers when they share these stories through their personal social media channels (ibid.).

This potential radiance of digital longforms, which oftentimes generates not only prestige but also bestows digital journalism awards upon its producers, might be considered one of the main reasons for journalistic organizations to invest in their production. When leaving the profit-driven arguments for the production and further establishment of digital longforms for a moment aside, it remains questionable which purpose or normative role digital longforms play for journalism as a whole. Short news for example is an established journalistic format for both journalists and the public, where production and reception routines are clear and routinized; it serves the purpose of truthfully, immediately and at best correctly providing the public with relevant information fairly fast. Similarly, one might question the normative legitimation of the relatively new format of digital longforms. With each established journalistic format come different skills that journalists need to acquire, different job circumstances and conditions, as well as different modes of reception and understanding on the side of the users, and in this regard, research into the case of digital longforms is not yet exhausted. This paper tries to critically elaborate on the arguments that serve a potential normative legitimation of digital longforms in journalism. In order to do so, three different angles are taken: first, the format itself is examined in terms of inheriting a normative legitimation; second, a potential normative legitimation for the producers and the overall production is discussed; and third, the purpose of longforms for the users is explored.

2) Digital Longforms: Outstanding Value for Digital Journalism

"The epitome of the digital longform [is] The New York Times' 'Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek (2012)" (Hiippala, 2017, p. 430).

© Rosanna Planer, Alexander Godulla, Cornelia Wolf (2020). Normative Legitimation of Digital Longforms in Journalism: Three Arguments for Complex Digital Storytelling. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 93-104. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70826.

Both journalism scholars as well as practitioners seem to agree that the above-mentioned story "Snow Fall: Avalanche at Tunnel Creek" (Branch, 2012) stands genre-defining for digital longforms: The story, circling around only one topic – a violent avalanche that happened in Washington State – displays different aspects of this topic on a website within six different chapters and a range of multimedia elements , such as interactive graphics, looping videos, and moving images (Planer & Godulla, 2020, p. 2) and was published in 2012. Soon thereafter, both public and private media outlets as well as big and small ones imitated – or snow-falled (Dowling & Vogan, 2015) – digital stories as well, hence putting "one's best product in the market in a way that participates in these trends in digital design and narrative" (ibid., p. 219).

The topics and themes found in these digital longforms are topics with great depth and profundity which usually require the provision of context, explanation and different points of view; frequent topics are "politics, climate, or war" (Planer & Godulla, 2020, p. 4). Longforms are in their nature predestined to display background information rather than hard news; their content is therefore usually not at risk of becoming outdated very fast. It only seems natural that they are mentioned alongside magazine journalism (Hiippala, 2017, p. 435), and that the time for reception of such stories is rather long. Thus, longforms "represent a major shift away from brief breaking news toward a business model built on a carefully crafted multimedia product" (Dowling & Vogan, 2015, p. 220).

However, since the short breaking news are the go-to method to receive information quickly in the digital age, one might hypothesize that the complexity of longforms is rather a disadvantage of the format. While this might be a rightful concern, the format's "stickiness" (ibid.) – the potential to captivate the users and to provide the technological and content-related environment to immerse them into a story – is counteracting the "predictions of [...] superficial online reading practices" (Dowling, 2019, p. 1). In fact, "a renaissance in deep reading and viewing associated with the literary mind" (ibid., p. 3) has taken place. In times when "digital media technologies (...) enable the viral spread of disinformation" (Carson & Farhall, 2018, p. 1900), a growing quest for understanding and critically engaging with topics is rising, potentially driving users towards digital longforms.

Thereby, digital longforms could stand for what Esser and Neuberger (2018) call a "demarcation" in journalism (p. 196): When they reflect upon journalism's democratic function, they argue that it is crucial for today's journalism to develop an outstanding value that "journalism claim[s] when executing its informational and power-scrutinizing role" (ibid.). In fact, for a long time, online journalism was busy reproducing information from the offline world (Jacobson, 2010; Wolf & Godulla, 2016) and did not immediately create a new added value. This is a phenomenon that has been observed ever since journalism existed: Every time a new informational sub-system was emerging – whether it was a radio, a TV or the internet – journalists first resumed their tried and tested routines, programs, and formats and took them to the new sub-system, before slowly establishing new ones that were adapted to both the technological as well as the reception-related possibilities of the new medium (Wolf, 2014). According to this principle of inertia, they first simply reproduced offline news in the online world, before they started experimenting with the multimedia possibilities.

Longforms can be seen as one outcome of such an experimentation and adaption phase. Due to the profundity of the format, it is said to "represent an imperative counterweight to conventional journalism that is essential for both our emotional and intellectual survival" (Berning, 2011, p. 12). Some even refer to digital longforms as a "supreme nonfiction" (Boynton, 2013, p. 125), or as having the potential to make journalism rise to "supreme heights" (Dowling, 2017, p. 104). Following a train of thought sketched by Neuberger and Esser (2018), then digital longforms with their potential to provide context and include different perspectives could add an outstanding value to both the public and the journalistic profession and thereby assist journalism in retaining its democratic importance to society (p. 196). Summarizing, this can be seen as the first argument this paper makes in terms of a normative legitimation of digital longforms in journalism:

(I) As a context-providing counter genre to short news, digital longforms have the possibility to represent an outstanding value to digital journalism through presenting complex, in-depth and multi-perspective information online and thereby helping journalism fulfilling its democratic role in a 21st century networked society.

© Rosanna Planer, Alexander Godulla, Cornelia Wolf (2020). Normative Legitimation of Digital Longforms in Journalism: Three Arguments for Complex Digital Storytelling. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 93-104. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70826.

Therefore, it is crucial to take a look behind the curtains of the production processes of these stories. Considering the complexity of the format, it seems obvious that it might take longer than a usual journalistic production does, since a high number of different multimedia elements not only have to be produced but also put into a "unified whole" (Hiippala, 2017, p. 420). Which implications this might have for the producing journalists also on a normatively legitimizing level will be outlined in the following.

3) Digital Longforms: New Pathways for Journalists

"It is the means by which journalists and photographers fulfil their central role of making sense of the plethora of information that surrounds us (...)" (Caple & Knox, 2017, p. 357).

Preparing a digital longform that allows for deep reading and viewing can take up to twelve or even more months; it not only requires more time than the production of a regular news article, it also takes a significantly higher amount of "specialized knowledge, and money to produce" (Jacobson, Marino & Gutsche, 2016, p. 2). This is why initially, longform production was reserved for legacy outlets (Tulloch & Ramon, 2017, p. 652) who had the necessary means for production. A novelty in this regard is that the mentioned specialized knowledge is not seldom found outside the newsroom as well, for example when a new code has to be written in order to implement an idea, when an interactive graphic has to be developed or when a data set has to be bowdlerized and calculated. In this respect, a qualitative analysis of ten award-winning longform productions found that successful longforms "can only be produced if different departments of a newsroom and of an organization (e.g. IT department) work together and collaborate" (Planer & Godulla, 2020, p. 12). Some tasks, such as for example the inclusion of a VR experience into a story, can even be outsourced to specialized enablers who early on unlocked the technological know-how of these resources and thus can become important cooperation partners (Godulla & Wolf, 2017).

This ties to the second pillar Esser and Neuberger (2018) mention regarding journalism's future and maintenance of its democratic power: the importance of cooperation, meaning that journalists should find ways to work together with alternative organizations that pursue the same monitoring role (p. 196). Due to the contextualist nature of digital longforms, they tend to inherit an investigative notion, since they might as well point out social problems and their persons responsible (Walth, Dahmen & Their, 2019).

Within (digital) investigative journalism, considerable amounts of information can be shared internationally like it has been the case with the Panama Papers, and newsrooms increasingly collaborate – also in digital journalism – in order to produce high quality investigative output (Carson & Farhall, 2018). Woodall (2018), who analyzed the three mega leaks in the affairs of Snowden, Manning and Doe, found that this kind of collaborative work was encouraged. Carson and Farhall (2018) examined the rise of award-winning newsroom collaborations, and concluded that "the shifts from single newsroom investigative journalism to collaborations, to the use of multimedia, data and crowd-sourcing in storytelling suggest that despite challenging economic conditions [...], quality investigative journalism continues in the digital age" (p. 1909). Surely, these investigative works are outstanding and might not be the everyday practice of digital longforms. Nevertheless, working collaboratively and digitally, "across outlets, media platforms, national borders, and with non-media like academia" (ibid.), has certain benefits like "sharing costs and information; increased story reach and a strengthened ability to set the news agenda" (ibid). This proves true for the collaborative production processes of longform storytelling as well, which includes an extra effort that is willingly welcomed by the journalists "in order to reach the overarching goal" (Planer & Godulla, 2020, p. 11). Hence, digital longforms could be regarded as a core part of quality journalism in the digital age, not least due to their collaborative nature of production.

The mentioned extra effort is also mirrored by the fact that up to 20 people or even more can be involved in the production of a story; each one of them contributes to the story with his or her individual skills. A longform production team can easily occupy several texters, photographers, videographers, data and IT specialists, graphic designers, developers, and more; outstanding is that they work toward one higher goal and altogether "apply their multimedia mindsets, do cross-checking with the work of their colleagues as well as multiskilling" (Planer & Godulla, 2020, p. 12). They go through the different phases of production together, from the initial idea pitch to the conceptualization phase, to the actual collection of

© Rosanna Planer, Alexander Godulla, Cornelia Wolf (2020). Normative Legitimation of Digital Longforms in Journalism: Three Arguments for Complex Digital Storytelling. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 93-104. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70826.

footage and material and to the final editing phase (ibid.). Thereby, they oftentimes broaden both their horizons and their skillsets by taking over responsibilities or at least cross-checking content for media formats they previously have not been specialized in. Interviewed producers of successful digital longforms were overall "proud and satisfied and perceived their work as meaningful" (ibid., p. 14).

This multi-faceted production process is illustrated in the figure below, highlighting the importance of the collaboration in order to create the demarcation in the form of a digital longform product. The newsroom and organization departments establish (oftentimes new) collaborations and adapt to the complex production setting, while together passing the different production phases (idea pitch, conceptualization, field work and editing) and implementing the multimedia strategies (Fig. 1).

© Rosanna Planer, Alexander Godulla, Cornelia Wolf (2020). Normative Legitimation of Digital Longforms in Journalism: Three Arguments for Complex Digital Storytelling. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 93-104. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70826.

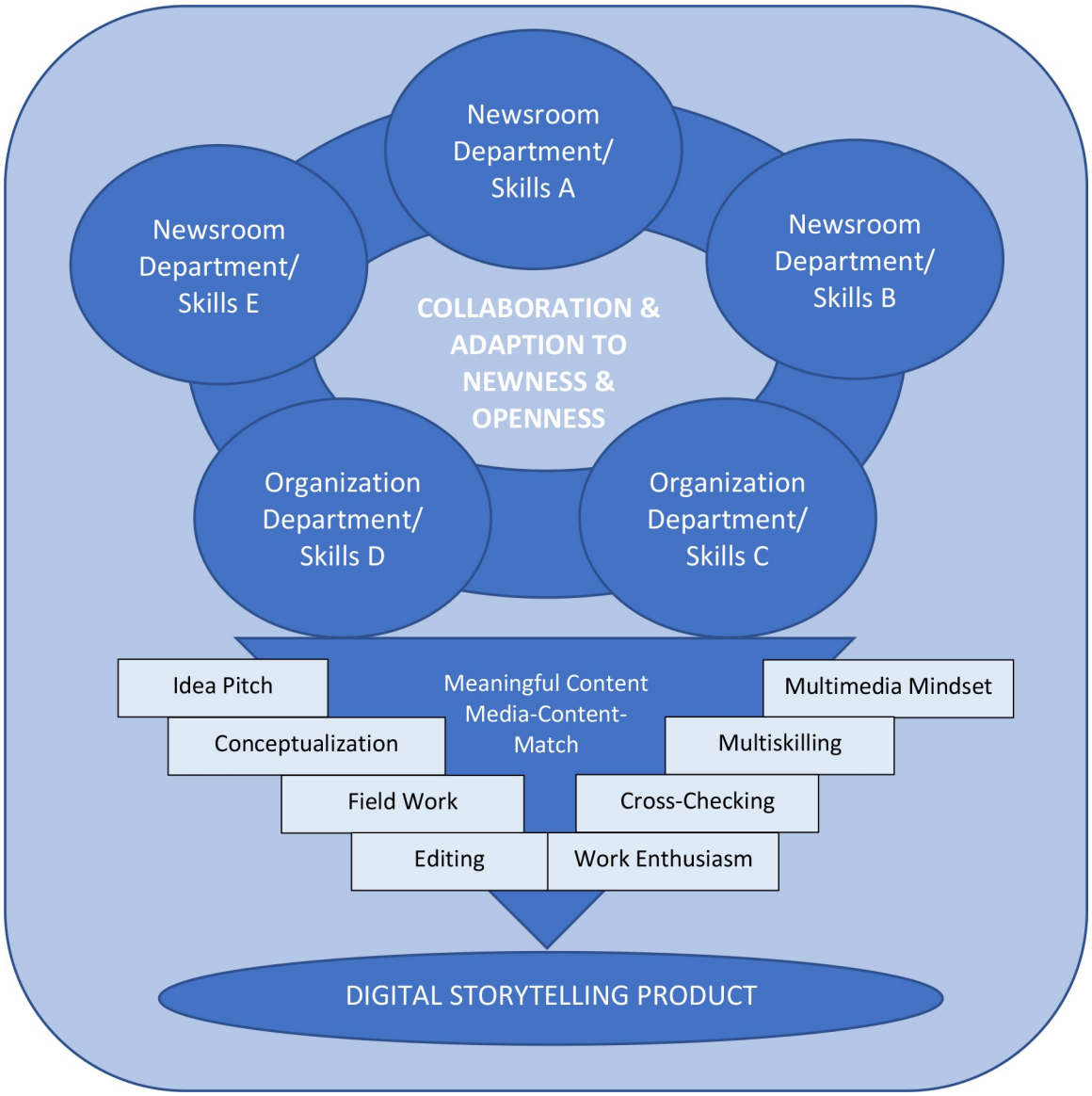


Figure 1: Newsroom organization of the production of longform stories.

© Rosanna Planer, Alexander Godulla, Cornelia Wolf (2020). Normative Legitimation of Digital Longforms in Journalism: Three Arguments for Complex Digital Storytelling. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 93-104. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70826.

Summarizing, the production of a digital longform is as multi-dimensional as the format itself: It resembles project-based teamwork and is "an extensive enterprise that relies on the commitment of every single team player. This level of required commitment of journalists to establish new routines, to acquire new multimedia skills, to cross-check the work of their colleagues, in order to put together a story that is greater than their individual skillsets could have accounted for, is the second argument in terms of a normative legitimation of digital longforms in journalism:

(II) Digital longforms have the possibility to represent an outstanding value for journalists because they provide new pathways for journalistic cooperation in the digital age and thus lay the ground for the acquisition of new journalistic and managerial skills.

While the professionalization of these production processes yet needs to be empirically assessed, one might hypothesize that once both the internal and external collaborations have been established, the production processes might run faster and smoother. In this regard, the evident arduousness of big projects that occupy a lot of resources require mentioning as well: When a lot of people work together on one project, the collaboration can easily result in "slower processes and an extensive communication effort" (Planer & Godulla, 2020, p. 11). Planer and Godulla (2020) hypothesize that this pattern could develop in two different directions, either resulting in even more multi-skilled journalists or in a more strategic approach to project and communication management (p. 14). Further associated problems can relate to the available technology, lacking money and time or a lack of appreciation of the format (ibid., p. 11).

The fact that so many resources are needed to produce a longform seems to run counter to the possible normative legitimation of the format – or, in fact, it rather underlines the necessity of such a normative legitimation. If monetary, timely and human resources are squandered, a longform production can hardly be legitimized neither in front of the news organization, nor the public, nor the journalistic system as a whole. This would imply a disadvantage for smaller, low-budget newsrooms compared to bigger, financially stable newsrooms when it comes to digital longform production, which would add to a normative area of conflict. Following this thought, another debatable aspect lies in the different journalistic roles which could be perceived with different levels of value or importance, when longform producers work on an extensive story for a long time and with a lot of resources, while others (have to) stick to the day-to-day-routine. Further research has yet to investigate the specific role dynamics in this context.

It seems like as long as the driving force of production remains the overarching goal of creating a complex, multi-faceted, informative digital experience, such as shown by Planer and Godulla (2020), the mentioned high resources, intricacies and production-related problems and imbalances can be legitimized and also seem to be accepted by the producers of the longforms, who, according to a qualitative interview study, enthusiastically and proudly work on digital longforms. This presumes that news organizations value the format of longforms and see their potential for communicating specific profound topics, complimentary to breaking news; if this is a given within a digital newsroom, then leaders of production, journalists and staffers are likely to thrive for these "supreme heights" (Dowling, 2017, p. 104) of digital longforms. And supposedly only then there is a chance for journalism "to re-train news audiences into investing in the benefits of patience and anticipation over instant gratification" (Dowling, 2016, p. 535), and for the audience to experience the immersion and the benefits of the format first-hand. This leads to the third and last – and maybe most relevant – perspective from which a normative legitimation of digital longforms is necessary: the audience.

4) Digital Longforms: Do It for The Audience (Immersion)

"Just as production processes are becoming more networked as the products themselves become increasingly multimodal, their consumption has become distinctly more social" (Dowling, 2019, p. 29f.).

This quote emphasizes the different mentioned dimensions of digital longforms and shows how closely related they are: The production processes, the format itself and the consumption can hardly be thought of separately. While the surrounding conditions of longform production have been examined above, it is the details, small decisions and subtleties of the production that create the best possible consumption setting for the audience – one where they can explore a story on their own, navigating individually and intuitively according to their multimedia preferences without being distracted.

© Rosanna Planer, Alexander Godulla, Cornelia Wolf (2020). Normative Legitimation of Digital Longforms in Journalism: Three Arguments for Complex Digital Storytelling. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 93-104. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70826.

Crucially important in this regard seems "packaging the story in the most appropriate way for the most appropriate platform" (Caple & Knox, 2017, p. 357). Since 2012, storytelling tools such as Pageflow or Shorthand have entered the market and simplify the intricate production processes of these multi-layered longform stories and enable the inclusion of more and more multimedia elements. These multimedia elements are becoming more diverse and elaborated with the advancing technological development: Not only are videos and photos integrated into stories, but also interactive graphics and data visualizations, looping videos or 360° videos, audio slideshows, photo essays, virtual reality (VR) features, interactive maps and quizzes, moving images, and more (i.e. Ball, 2016; Good, 2017; Jacobson, 2012; Karlsson & Clerwall, 2011; Kartveit, 2017; Song, 2018). In that regard, producers need to provide clear structures, a well-arranged design and clear indications about the size of single elements, since users were found to be easily overstrained by highly innovative design and navigation principles (Godulla & Wolf 2017, p. 176). Hence, displaying a topic comprehensively in a multimedia manner does not mean overloading the story with as many shiny multimedia features as possible, but "prioritizing storytelling over displays of technological prowess" (Dowling, 2017, p. 103), so that the audience can consume a coherent, seamless product.

Producers also need to keep the different desires of their users in mind: There are more visual users who differ from text-focused users in their attention towards photos, videos, graphics and animations, while undecided users don't show a specific fondness of either element (Godulla & Wolf 2017, p. 177). Above that, there are users approaching a story in a rather structured way, hence following a strict pattern and thereby making sure to gain an overview over the story structure, while rather volatile users abruptly start consuming a story, which they continue aimlessly, changing directions as they please (ibid.). In terms of consumption intensity, Godulla and Wolf (2017) differentiate between dutiful users who consume all elements of a story in a structured way to the fullest; selective users who decide for or against the consumption of an element according to their personal preferences; and superficial users who show low degrees of engagement overall and rather skim the different elements (ibid.). Journalists have to decide which media format is best qualified to portray which nuance or facet of a topic, following a "careful editorial selection and placement of multimedia elements" (ibid.). This "media-content match" (Planer & Godulla, 2020, p. 12), which is also displayed in Figure 1, is seemingly "the most important narrative strategy" (ibid.) when producing a longform story, because only this way, the overall aim of "informing, showing, highlighting, raising awareness" (ibid.) of a topic can be best achieved.

When thinking of this third perspective, longforms are „fueled by an industry's quest for audience engagement" (Dowling, 2017, p. 103), and digital longforms have the possibility to not only enhance (critical) engagement, but also to enhance the user's levels of interactivity (Jacobson, Marino & Gutsche, 2018; Riskos, Dekoulou & Tsourvakas, 2019), participation (Peters & Witschge, 2015; Spyridou, 2019) as well as immersion (Mabrook & Singer, 2019; Shin & Biocca, 2017). The latter is considered as a "state of altered consciousness – not the prim suspension of disbelief, but its joyous capsizing" (Baía Reis & Coelho, 2018, p. 1090). Although the concept of 'suspension of disbelief' has its roots in the scientific discussion about VR, drawing back to 1994 when Hand (1994) stated that "we must temporarily remove any doubt about the reality of the experience (...) in order that the user may interact as though the experience were real" (see Hand 1994, Pt. 3), the core of the concept also applies to digital longforms: When the audience is given the "capacity to delve deeply into longform stories" (Dowling, 2016, p. 541), they might not only enjoy the consumption process without being distracted similar to reading a book, they are also more likely to truly understand the topic, form an opinion or understand different perspectives. The user study by Godulla and Wolf (2017) showed that multimodality and selectivity mattered more to the users themselves than interactivity, participation and hyperlinks, since the latter might lead away from the story or distract from the actual content (p. 176). When the multimedia elements are carefully chosen, however, and the media-content match is respected, the audience can interact, immerse, engage and participate, potentially initiating a democratic discourse while respecting different points of view. Hence, such nonfictional storytelling is "perhaps the most crucial link to our humanity" (Dowling, 2019, p. 3), which leads to the third argument:

(III) Due to both their form and their content, digital longforms have the possibility to represent an outstanding value for their users who can be immersed and engaged in a way that can create sustainable knowledge and stimulate public discourse.

© Rosanna Planer, Alexander Godulla, Cornelia Wolf (2020). Normative Legitimation of Digital Longforms in Journalism: Three Arguments for Complex Digital Storytelling. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 93-104. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70826.

Even though "mobile audiences are consuming richer, more nuanced and contextualized narratives than ever" (Dowling, 2019, p. 20), the potential democratic value of longform stories is alleviated when reflecting on the fact that only people with notebooks, tablets or smartphones are able to consume these stories, hence they could be classified as an elitist format. While the access issue might be a problem for other digital formats too, such as for example VR stories, an issue closely related to longforms are the reading habits again. Even though a return to consuming longer narratives is observable, also in terms of "on demand documentary television series, branded digital documentaries, interactive online documentaries, and podcasting" (Dowling, 2019, p. 4), the question when the consumption is worth the effort, time, money, and human resources spent on the production of digital longforms remains unanswered. One might argue that again, if the higher purpose of raising awareness among the audience is achieved, the production process was worth the resources; anyway, a measurement of raised awareness or a quantitative assessment of the effects of longform story consumption is still pending. Summarizing, it seems to be the case here again that a normative legitimation is given when the overall normative purpose – in this case, the comprehensive and context-providing information of the audience – is aimed at.

5) The Future of Digital Longforms: Less Long, More Multimedia?

"The interest of news organizations in both branding and sharing reflects a strategy to stimulate audience interest in quality journalism that matters to individuals" (Jacobson et al., 2018, p. 6).

This paper tried to elaborate on the question which normative arguments for legitimation of the elaborate format of digital longforms can be found; thereby, one argument was made for digital journalism, seeing longforms as a means for demarcation and for fulfilling its democratic role in focusing on complex and relevant topics and thereby integrating different perspectives; one was made for the producing journalists who have the chance to establish new production routines and collaborations; and one argument was made for the audience that has the chance to immerse itself into a topic and gain profound knowledge about it. Each time, the potential counter arguments or related concerns have been raised, which make no claim to be complete. On the one hand, digital longform stories are a promising and contemporary journalistic product innovation, which on the other hand open up a range of normative questions which need to be addressed within the scientific debate around a readjustment in (digital) journalism.

It will be interesting to observe – both from a scientific as well as from a user's perspective – how the not yet fully established format of digital longforms is going to develop. What is sure is that due to the rapidly changing technological environment, digital longforms are predestined to constantly alter their shape, be it due to the more frequented implementation of VR videos or 360° features or due to an increasing amount of data visualizations. A trend towards a "leaner narrative aesthetic" (Dowling, 2017, p. 103) might even drive towards shorter, but similarly or even more complex versions of stories. If monetary and timely resources can be reduced – which is imaginable due to improving storytelling tools as well as management approaches to big journalistic productions – a normative legitimation would become even better arguable. The only reduction of resources which should probably not take place and would hinder the legitimation as argued in this paper would be the reduction of minds, ideas and journalists' enthusiasm as well as content-related multiple perspectives, since these make out a digital longform.

© Rosanna Planer, Alexander Godulla, Cornelia Wolf (2020). Normative Legitimation of Digital Longforms in Journalism: Three Arguments for Complex Digital Storytelling. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 93-104. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70826.

References

Baía Reis, A., & Coelho, A. F. V. C. C. (2018). Virtual Reality and Journalism. A gateway to conceptualizing immersive journalism. *Digital Journalism, 6*(8), 1090–1100. https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1502046

Ball, B. (2016). Multimedia, Slow Journalism as Process, and The Possibility of Proper Time. *Digital Journalism, 4*(4), 432–444. https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1114895

Berning, N. (2011). Narrative Journalism in the Age of the Internet: New Ways to Create Authenticity in Online Literary Reportages. *Digitales Journal für Philologie,* 3, 1–15.

Boynton, R. S. (2013). Notes toward a Supreme Nonfiction: Teaching Literary Reportage in the Twenty-first Century. *Literary Journalism Studies, 5*(2), 125–131.

Branch, J. (2012). Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek. *The New York Times*. http://www.nytimes.com/projects/2012/snowfall/.

Caple, H., & Knox, J. S. (2017). How to author a picture gallery. *Journalism, 20*(11), 1440–1459. https://doi.org/10.1177/1464884917691988

Carson, A., & Farhall, K. (2018). Understandig Collaborative Investigative Journalism in a "Post-Truth" Age. Journalism Studies 19(4), 1–13. https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1494515

Coddington, M. (2014). Defending judgment and context in 'original reporting': Journalists' construction of newswork in a networked age. *Journalism, 15*(6), 678–695. https://doi.org/10.1177/1464884913501244

Dowling, D. (2019). Immersive Longform Storytelling: Media, Technology, Audience. New York: Routledge.

Dowling, D. (2017). Toward a New Aesthetic of Digital Literary Journalism: Charting the Fierce Evolution of the "Supreme Nonfiction". *Digital Literary Studies, 9*(1), 100–116.

Dowling, D. (2016). The Business of Slow Journalism. *Digital Journalism, 4*(4), 530–546. DOI: 10.1080/21670811.2015.1111769

Esser, F., & Neuberger, C. (2019). Realizing the democratic functions of journalism in the digital age: New alliances and a return to old values. *Journalism, 20*(1), 194–197. https://doi.org/10.1177/1464884918807067

Dowling, D., & Vogan, T. (2015). Can We "Snowfall" This? *Digital Journalism, 3*(2), 209–224. https://doi.org/10.1080/21670811.2014.930250

Gambarato, R. R., & Alzamora, G. C. (2018). Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age. Hershey: IGI Global.

Godulla, A., & Wolf, C. (2017). Digitale Langformen im Journalismus und Corporate Publishing. Scrollytelling – Webdokumentationen – Multimediastorys. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Good, K. D. (2017). Listening to Pictures. *Journalism Studies, 18*(6), 691–709. https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1087813

Hiippala, T. (2017). The Multimodality of Digital Longform Journalism. *Digital Journalism, 5*(4), 420–442. https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1169197

Jacobson, S. (2010). Emerging Models of Multimedia Journaism: A Content Analysis of Multimedia Packages Published on Nytimes.com. *Atlantic Journal of Communication, 18*(2), 63–78.

Jacobson, S. (2012). Transcoding the news: An investigation into multimedia journalism published on nytimes.com 2000–2008. *New Media/Society, 14*(5), 867–885. DOI: 10.1177/1461444811431864

Jacobson, S., Marino, J., & Gutsche, R. E. (2016). The digital animation of literary journalism. *Journalism, 17*(4), 527–546. https://doi.org/10.1177/1464884914568079

Jacobson, S., Marino, J., & Gutsche, R. E. Jr. (2018). Should There Be an App for That? An Analysis of Interactive Applications within Longform News Stories. *The Journal of Magazine Media, 18*(2), 1-21. DOI: 10.1353/jmm.2018.0002

Karlsson, M., & Clerwall, C. (2012). Patterns and

© Rosanna Planer, Alexander Godulla, Cornelia Wolf (2020). Normative Legitimation of Digital Longforms in Journalism: Three Arguments for Complex Digital Storytelling. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 93-104. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70826.

origins in the Evolution of Multimedia on Broadsheet and Tabloid News Sites. *Journalism Studies, 13*(4), 550–565. https://doi.org/10.1080/1461670X.2011.639571

Mabrook, R., & Singer, J. B. (2019). Virtual Reality, 360° Video, and Journalism Studies: Conceptual Approaches to Immersive Technologies. *Journalism Studies*. https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1568203

Kartveit, K. (2017). How do they do it? Multimedia journalism and perceptions of the practice. *Journalism, 60*(2). https://doi.org/10.1177/1464884917726420

Neuberger, C. (2009). Internet, Journalismus und Öffentlichkeit, in C. Neuberger, C. Nuernbergk/M. Rischke, *Journalismus im Internet: Profession - Partizipation - Technisierung*, 19-105. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Peters, C., & Witschge, T. (2015). From Grand Narratives of Democracy to Small Expectations of Participation. *Journalism Practice, 9*(1), 19–34. https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928455

Planer, R., & Godulla, A. (2020). Longform Journalism in the USA and Germany: Patterns in Award-Winning Digital Storytelling Productions. *Journalism Practice*. https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1742771

Riskos, K., Dekoulou, P., & Tsourvakas, G. (2019). User interactivity in online newspapers: Exploring the relationship between content features and user response. *Newspaper Research Journal*, 1–22. https://doi.org/10.1177/0739532918814465

Shin, D., & Biocca, F. (2017). Exploring Immersive Experience in Journalism. *New Media & Society* 20, 2800–2823. DOI: 10.1177/1461444817733133

Song, Y. (2018). Multimedia news storytelling as digital literacies: An alternative paradigm for online journalism education. *Journalism, 19*(6), 837–859. https://doi.org/10.1177/1464884916648093

Spyridou, L. P. (2019). Analyzing the active audience: Reluctant, reactive, fearful, or lazy? Forms and motives of participation in mainstream journalism. *Journalism, 20*(6), 827–847. https://doi.org/10.1177/1464884918784733

Tulloch, C., & Ramon, X. (2017). Take Five: How Sports Illustrated and L'Équipe redefine the longform sports journalism genre. *Digital Journalism, 5*(5), 652–672.

Walth, B., Dahmen, N. S., & Thier, K. (2019). A new reporting approach for journalistic impact: Bringing together investigative reporting and solutions journalism. *Newspaper Research Journal, 40*(2), 177–189. https://doi.org/10.1177/0739532919834989

Wolf, C., & Godulla, A. (2016). Potentials of Digital Longforms in Journalism. *Journal of Media Business Studies*, 199-221.

Wolf, C. (2014). Mobiler Journalismus. Angebote, Produktionsroutinen und redaktionelle Strategien deutscher Print- und Rundfunkredaktionen. Baden-Baden: Nomos.

Woodall, I. (2018). Media capture in the era of megaleaks. *Journalism, 19*(8), 1182–1195.

© Rosanna Planer, Alexander Godulla, Cornelia Wolf (2020). Normative Legitimation of Digital Longforms in Journalism: Three Arguments for Complex Digital Storytelling. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 93-104. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70826.

Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung

Julia Lück

Karin Boczek

Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Zusammenfassung

*Der Artikel behandelt den spezifischen Bereich der Statistikausbildung innerhalb der Journalistiklehre an Universitäten und Hochschulen. Die Ausführungen basieren auf einer bei der Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung vom 18.-20. September 2919 an der KU Eichstädt-Ingolstadt durchgeführten World-Café Diskussion zum Thema „Statistikausbildung in deutschen Journalismusstudiengängen." Ergänzend fließen Eindrücke und Ergebnisse eines Workshops mit Dozierenden aus Journalismusstudiengängen und zwei Datenjournalist*innen zum praktischen Austausch zum selben Thema ein. Dieser fand am 13. März 2020 an der Universität Mainz statt. Der Artikel gibt Einblicke in die bei diesen Gelegenheiten geführten Diskussionen. Darüber hinaus liefert er zusätzliche Kontextinformationen zum Forschungsstand als auch einen Überblick über den aktuellen Stand der Statistik- und empirische Methodenlehre in deutschen Journalismusstudiengängen. Schließlich werden Ansatzpunkte für die weitere Beschäftigung mit dem Thema sowie Vorschläge zum didaktischen Umgang vorgestellt.*

Keywords: Statistikausbildung, Journalismusausbildung, Hochschuldidaktik, statistischer Prozess, Data Literacy

© Julia Lück Karin Boczek (2020). Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 105-116. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70827.

Summary

The article deals with the specific field of statistics education within the journalism curriculum at universities and colleges. The explanations are based on a World-Café discussion on the topic "Statistical Education in German Journalism Studies" held at the annual conference of the DGPuK section Journalism/Journalism Research from September 18th to 20th, 2919 at the KU Eichstädt-Ingolstadt. In addition, impressions and results of a workshop with lecturers from journalism courses and two data journalists will be included for practical exchange on the same topic. This took place on March 13, 2020 at the University of Mainz. The article provides insights into the discussions held on these occasions. Furthermore, it provides additional contextual information on the state of research as well as an overview of the current status of statistics and empirical methodology in German journalism degree programs. Finally, the article presents starting points for further work on the topic as well as suggestions for didactical handling.

Keywords: Statistical training, journalism training, university didactics, statistical process, data literacy

© Julia Lück Karin Boczek (2020). Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 105-116. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70827.

Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung

Im Zuge einer Diskussion zur Neujustierung der Journalismusforschung darf auch die journalistische Ausbildung nicht außer Acht gelassen werden. Das Zusammenführen von Theorie und Forschung auf der einen Seite mit der praktische Ausbildung junger Journalist*innen und der für ihren Beruf nötigen Reflexionsfähigkeit sowie den handwerklichen Fähigkeiten auf der anderen Seite ist eine der größten Herausforderungen in unserem Fach und unseren Studiengängen. Nicht nur, um bei aktuellen Entwicklungen Schritt zu halten, sondern auch um eigene Innovationsfähigkeit zu gewährleisten, müssen wir Theorie und Praxis stets eng zusammendenken.

Dieser Artikel konzentriert sich auf den spezifischen Bereich der Statistikausbildung innerhalb der Journalistik und basiert auf einer bei der Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Journalistik/Journalismus-forschung vom 18.-20. September 2919 an der KU Eichstädt-Ingolstadt durchgeführten World-Café Diskussion zum Thema „Statistikausbildung in deutschen Journalismusstudiengängen." Ergänzend fließen Eindrücke und Ergebnisse eines Workshops mit Dozierenden aus Journalismusstudiengängen und zwei Datenjournalist*innen zum praktischen Austausch zum selben Thema ein. Dieser fand am 13. März 2020 an der Universität Mainz statt. Der folgende Artikel gibt daher Einblicke in die bei diesen Gelegenheiten geführten Diskussionen und liefert sowohl zusätzliche Kontextinformationen als auch Ansatzpunkte für die weitere Beschäftigung mit dem Thema.

Statistik als Notwendigkeit in der journalistischen Ausbildung

Grundlegende Kenntnisse in Statistik sind für Journalistinnen und Journalisten heute unerlässlich. In Anbetracht der stetig wachsenden Menge an verfügbaren Daten steigen auch die Anforderungen an einen sicheren Umgang mit den Möglichkeiten zur Beschaffung, Aufbereitung, Auswertung und Darstellung. Darüber hinaus werden Journalist*innen regelmäßig mit Studien und Statistiken Dritter (Politik, Wissenschaft, Unternehmen/ PR, Interessensver-bänden) konfrontiert und müssen die Qualität und Gültigkeit einschätzen, um unabhängige und sorgfältige Berichterstattung sicherstellen zu können. Allerdings herrscht unter Journalist*innen gleichzeitig eine weit verbreitete Skepsis gegenüber Zahlen. Nicht wenige – so hält sich zumindest ein weit verbreitetes Vorurteil – entscheiden sich für die schreibende Zunft, um der Mathematik den Rücken zu kehren, was sicherlich auch damit zusammenhängt, dass „literacy" – die Fähigkeit zum Sprach- und Leseverständnis – deutlich stärker mit Journalismus in Verbindung gebracht wird als beispielsweise „numeracy" – also die Fähigkeit zum Umgang mit Zahlen (Harrison, 2014; Nguyen & Lugo-Ocando, 2015). Dabei ist es ein Mythos, dass Mathematik und Statistik kein Teil des journalistischen Repertoires sind (Nguyen & Lugo-Ocando, 2015; Weiss & Retis-Rivas, 2018). Statistiken und Daten sind in der Medienberichterstattung heute allgegenwärtig: von der Wahlberichterstattung über Kriminalitätsstatistiken bis hin zu größeren investigativen Recherchen, die darauf aufbauen, Unregelmäßigkeiten in großen Mengen an verfügbaren (oder geleakten) Daten zu finden und zu enthüllen. Auch außerhalb des dezidiert datenjournalistischen Bereichs sind das Auffinden, Verstehen, und Bewerten von Daten und datenbasierten Studien heute wichtige Bestandteile des Rechercherepertoires und entsprechend nötige Fähigkeiten, die alle Journalist*innen für ihre Arbeit mitbringen sollten. Auch ein vor dem Hintergrund journalistischer Ethik reflektierter Umgang mit der Bedeutung von Statistiken und den Konsequenzen, die diese für die öffentliche Meinung und politische Entscheidungsfindung haben können, ist dabei wünschenswert (Ahmad, 2016).

Wir betrachten im Folgenden kurz den Forschungsstand zum Thema Statistik und Journalismus, um unsere weiteren Überlegungen in den entsprechenden Kontext einbetten zu können. Dieser Artikel plädiert dann für eine flächendeckende Aufnahme einer mindestens grundlegende Statistikausbildung in die journalistischen Hochschulausbildung. Dies ist bisher nicht der Fall, wie im darauf folgenden Abschnitt kurz dargestellt wird. Darüber hinaus machen wir – basierend auf den Workshopdiskussionen zum Thema – Vorschläge, welche Bereiche die Statistikausbildung für Journalist*innen abdecken sollte, und gehen auf die spezifischen Herausforderungen ein, die die Statistiklehre in Journalismusstudiengängen im Vergleich zu anderen Studiengängen mit sich bringt. Zuletzt wollen wir didaktische Ansatzpunkte präsentieren, um diesen Herausforderungen zu begegnen. Dabei schlagen wir vor, Statistikvermittlung

© Julia Lück Karin Boczek (2020). Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 105-116. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70827.

als Querschnittsaufgabe in der Ausbildung zu verstehen und die spezifischen Anforderungen entlang des statistischen Prozesses zu behandeln und praxisnah einzuüben.

Forschungsstand

Die Einbindung von Statistik in journalistischen Produkten und die Rolle von Datenjournalismus heute findet in der Forschung in den Bereichen Produktion (Ahmad, 2015; McConway, 2016; Tabary, Provost, & Trottier, 2016), Medieninhalte (Lewis & Waters, 2018; Maier, 2002; Portilla, 2016) und Publikumsanbindung (Felle, 2015) bereits vermehrt Beachtung. Dabei geht es teilweise auch um die Fehleranfälligkeit (Maier, 2002), aber anderseits zum Beispiel auch um ethische Aspekte und Fragen von Abhängigkeit und Einflussnahme durch offizielle Kreise (Ahmad, 2016; Stalph, 2017). Dazu kommen eine Reihe eher populärwissenschaftlicher Publikationen, die sich mit der fehlerhaften Anwendung von Statistiken in der Medienberichterstattung auseinandersetzen (Bosbach & Korff, 2012, Quatember, 2015; Wheelan 2013; Schüller, 2015).

Welche Rolle konkret allerdings die Lehre von empirischen Methoden und Statistik in der deutschen Journalismusausbildung spielt, ist bisher wenig betrachtet. In einer Befragung von Journalismus-Studierenden und Berufseinsteiger*innen lassen Gossel und Konyen (2019) Inhalte und Kompetenzen, die in der Journalistenausbildung vermittelt werden, daraufhin bewerten, ob diese als ausreichend abgedeckt empfunden werden. Der Katalog umfasst Fach-, Handlungs-, Technik-, Sach-, Management-, unternehmerische und Basiskompetenzen, aber in keinem Bereich sind Statistik- oder Mathekenntnisse explizit aufgeführt. Die Frage nach Methoden wird wenig spezifisch im Bereich Kommunikationswissenschaftliche Theorien und Methoden erfragt. Auch in dem umfangreichen Sammelband Didaktik der Journalistik von Dernbach und Loosen (2012) wird das Thema Statistikausbildung gar nicht und die Vermittlung und Anwendung empirischer Methoden nur am Rande behandelt. An beiden Beispielen zeigt sich, dass „numeracy“ nach wie vor offensichtlich nicht selbstverständlich mit dem Journalismus und der Journalismusausbildung in Verbindung gebracht wird. Auch gibt es bisher kein dezidiert auf die Arbeit von JournalistInnen zugeschnittenes deutschsprachiges Lehrbuch für Statistik (Beispiele aus dem englisch-sprachigen Raum für solche wären hier Livingston und Voakes (2005) oder Woodruff Wickham (2003).

Deutlich mehr explizite Beachtung hat das Thema Statistikausbildung für den Journalismus bisher im anglo-amerikanischen Raum gefunden. So beschreibt Harrison (2014) beispielsweise die Geschichte der Statistik- und Matheausbildung innerhalb der Journalismusausbildung in Großbritannien und datiert die Anfänge in den späten 1940er Jahren. An Relevanz gewinnt die Thematik dann vor allem mit dem Erscheinen von Meyers (1973) Plädoyer für den „Precision Journalism“ und dem Aufkommen des computer-assisted reporting.

Zur aktuellen Situation in den USA stellen Griffin und Dunwoody (2013) bei Befragungen von Studiengangsleitungen fest, dass „statistical reasoning“ zwar als sehr relevant für die Arbeit von Journalist*innen eingeschätzt wird, die Implementierung entsprechender Lehrangebote und die Initiative von MitarbeiterInnen, Statistik zu unterrichten, allerdings noch weiterhin Nachholbedarf aufweist. Weiss und Retis-Rivas (2019) befragen Journalismusstudierende in den USA zu ihrer Einstellung zu Datenjournalismus und ihren Erfahrungen mit Mathematik und Statistik in der Schule und bisherigen College Laufbahn. Anders als eine weit verbreitete Annahme, dass das Interesse an Statistik unter Journalismus-Studierenden gering ist, zeigen die Befragten der Studie durchaus Interesse an Datenjournalismus und erkennen, dass die damit verbundenen Fähigkeiten nötig sind für spätere Karrierewege.

Heravi (2019) untersucht, in welchem Umfang Datenjournalismus in verschiedenen Ländern Nordamerikas und Europas Teil der universitären Journalist*innenausbildung ist. Er zieht Befragungsdaten heran, um aufzuzeigen, dass das Bedürfnis nach datenjournalistischer (Weiter-)Bildung unter datenjournalistisch arbeitenden JournalistInnen groß ist, dem allerdings nur ein kleines Angebot gegenübersteht. Der Großteil datenjournalistischer Programme findet sich in den USA, während sich entsprechende Studiengänge und Programmmodule in Europa erst langsam etablieren.

Vergleichbare Studien mit explizitem Bezug auf den deutschen Kontext lassen sich bisher nicht finden, weshalb wir im Folgenden einen Beitrag zur Aufklärung leisten wollen und den Blick auf die Situation in der Journalismusausbildung in Deutschland richten. Dazu betrachten wir zunächst, in

© Julia Lück Karin Boczek (2020). Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 105-116. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70827.

welchem Umfang Statistik und empirische Methoden in Journalismusstudiengängen bisher überhaupt vorgesehen ist.

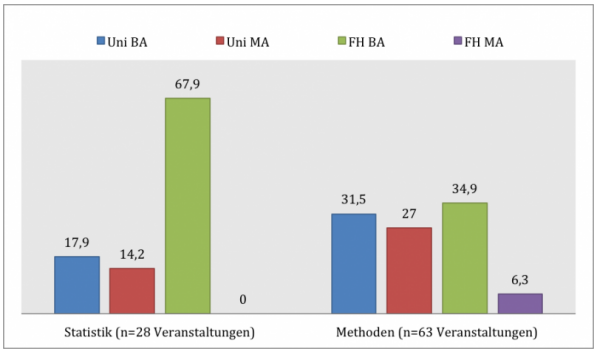
Ist-Stand der Statistikausbildung an Hochschulen und Universitäten

Eine Analyse von Studienplänen und Modulhandbüchern von Journalismusstudiengängen an Universitäten und Hochschulen in Deutschland ermöglicht eine Bestandsaufnahme darüber, wie verbreitet Statistikangebote in den Studiengängen sind. Weil Statistik häufig als Teil einer Ausbildung in empirischen Forschungsmethoden integriert ist, betrachten wir beide Veranstaltungsarten getrennt und zählen einen Statistikkurs als solchen, wenn der Begriff „Statistik" explizit im Titel der Veranstaltung enthalten ist oder – wie beispielsweise bei Veranstaltungen zu Datenjournalismus – der Schwerpunkt der Beschreibung auf der statistischen Auswertung und Aufbereitung von Daten liegt.

So lassen sich bei den 52 Journalismusstudiengängen dann 19 Studiengänge identifizieren, die explizit Statistikveranstaltungen anbieten (insgesamt 28 Statistikveranstaltungen). In 32 Studiengängen werden Methoden der empirischen (Sozial-)Forschung gelehrt (insgesamt 63 Veranstaltungen). Die Methodenlehre gehört in fast allen Studiengängen an Universitäten zum Pflicht-Repertoire: In 14 von 20 Studiengängen wird die Teilnahme an Methodenkursen verlangt. An den Hochschulen sind es nur 18 von 32 Studiengängen, die Methodenkurse anbieten. Etwas anders verhält es sich mit der Statistik. Hier verlangen 15 Hochschulen die Teilnahme an Statistikkursen, während nur vier Uni-Studiengänge explizit Veranstaltungen zu Statistik fest im Studienverlauf integriert haben. Durchschnittlich gibt es in den insgesamt 31 Bachelor-Studiengängen mehr Statistikkurse (M = ,77; SD = ,76) als in 21 Master-Studiengängen (M = ,2; SD = ,89). Auch Methodenkurse sind durchschnittlich häufiger im Bachelor angesiedelt (M = 1,35; SD = 1,23) als im Master (M = 1,05; SD = 1,57).

Die Abbildung 1 veranschaulicht die Verteilung aller Veranstaltungen und lässt erkennen, dass über zwei Drittel der insgesamt 28 Statistikveranstaltungen in Bachelor-Programmen an Fachhochschulen zu finden sind, während es keine Statistikveranstaltungen in Masterprogrammen an (Fach-)Hochschulen gibt. Die 67 Methodenkurse sind etwas gleichmäßiger verteilt, aber auch hier zeigt sich, dass im Vergleich die wenigsten Methodenkurse in Masterprogrammen an (Fach-)Hochschulen angeboten werden.

Abbildung 1: Verteilung von Statistik- und Methodenveranstaltungen in Prozent (Quelle: Eigene Darstellung)



Diese kurze Übersicht zeigt, dass Statistik und die Methoden der empirischen Forschung nicht überall selbstverständlicher Teil der Journalist*innen-Ausbildung sind. Wir möchten im Folgenden reflektieren, welche Anforderungen eine zeitgemäße Statistikausbildung für Journalist*innen erfüllen sollte, was dabei die spezifischen Herausforderungen sind und wie diese angegangen werden können.

Bereiche der Statistikausbildung

In der Statistikausbildung von Journalist*innen können verschiedene Bereiche thematisiert werden. Im Panel bei der Fachgruppentagung wurde festgehalten, dass Studierende nach einem ersten Statistik-Kurs zunächst einmal die Basiskonzepte wie Skalenniveaus oder Korrelationen zwischen Variablen beherrschen sollten. Sie sollten darüber hinaus auch einen Kurs in Datenanalyse bekommen, in dem die Studierenden Datenkompetenz und Datendenken lernen. Es wurde darüber diskutiert, inwieweit auch automatisierte, auf *Big Data* und *digital methods* beruhende Ansätze thematisiert werden sollten. Es wurde der Vorschlag gemacht, mit Informatik-Kolleg*innen zusammenzuarbeiten, um den Studierenden ein Verständnis von der Funktionsweise von Algorithmen näher zu bringen und Ansätze von Programmierung zu vermitteln.

Mit der Statistikausbildung verbunden ist in der Regel die Entscheidung für eine **Software**, die die Studierenden für die Auswertung von Daten verwenden sollen. Bei der Tagung in Eichstätt wurde eine Empfehlung für die Open-Source-Software R

© Julia Lück Karin Boczek (2020). Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 105-116. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70827.

diskutiert. Die bisher an vielen Institutionen in der Journalismus-Ausbildung verbreitete Software SPSS wurde in Bezug auf mehrere Aspekte kritisiert. Die Kosten von SPSS seien für die Institutionen und Studierenden zu hoch. Weil sich die Studierenden die Softwarelizenz meistens nicht selbst kauften, haben sie weniger Zeit zum Einüben der Software. Durch die Ausbildungsinstitutionen müssen Computerräume bereitgestellt werden, in denen die Studierenden mit SPSS arbeiten können. Als weiterer Nachteil von SPSS wird gesehen, dass die Studierenden oft die Auswertungsabläufe mit der Maus anklicken anstatt die Syntax zu nutzen, so dass die Reproduzierbarkeit von Ergebnissen nicht gefördert wird. In der Praxis sei SPSS außerdem immer weniger verbreitet, so dass die Erfahrung mit der Software für die Studierenden keinen Vorteil auf dem Arbeitsmarkt mehr bietet. In der Regel ist in den Redaktionen wiederum vor allem Microsoft Excel (bzw. vergleichbare Freeware-Versionen) verfügbar. Beim Mainzer Workshop betonten insbesondere die Praktiker*innen darum, dass Kenntnisse in R zwar vorteilhaft sind, ein sicherer Umgang mit Excel allerdings essenziell für die alltägliche Datenarbeit ist.

Bei der **Visualisierung von Daten** wurde in der Diskussion empfohlen, in der Lehre mit den Studierenden sowohl mit positiven Beispielen aus der aktuellen Berichterstattung als auch mit Beispielen von typischen Fehlern zu arbeiten. Als Beispiel dafür wurde die Verwechslung von Prozenten und Prozentpunkten bei der Beschreibung von Säulendiagrammen in der Wahlberichterstattung genannt. Studierende sollten nach ihrer Statistikausbildung Fehler in Grafiken erkennen können. Außerdem sollte ein Schwerpunkt in der Lehre die Kommunikation von statistischen Unsicherheiten durch angemessene Visualisierungsformen sein.

Mit der Statistikausbildung sind zwei journalistische Spezialisierungen verbunden: Daten- und Wissenschaftsjournalismus. **Datenjournalismus** gilt als ein Zukunftsthema der Medienbranche und bietet potentielle Berufsperspektiven für Studierende in der Journalismusausbildung. Für die Arbeit im Datenjournalismus benötigen Studierende statistisches Basiswissen genauso wie Fähigkeiten in Programmieren und Datenvisualisierung.

Die Covid-19-Pandemie zeigt erneut die Bedeutung von Wissenschaftsthemen für die Gesamtgesellschaft und damit auch für die Bedeutung des **Wissenschaftsjournalismus**. Zusätzlich ist die Berichterstattung über den Klimawandel ein Gebiet, das auch in Zukunft wichtig für Journalist*innen ist. Wissenschaftsjournalist*innen können bei diesen und weiteren Themen mit Auswirkungen auf andere Gesellschaftsbereiche ihre Kolleg*innen aus anderen Ressorts wie Politik oder Wirtschaft bei der Berichterstattung beraten und damit als Statistik-Expert*innen ihr Wissen in die Redaktionsarbeit einbringen. In der Journalismusausbildung sollten Studierende deswegen ausreichende Statistikkenntnisse bekommen, um die Qualität und Relevanz von wissenschaftlichen Studien einschätzen zu können. Damit die künftigen Wissenschaftsjournalist*innen die oft englischsprachigen wissenschaftliche Studien in ihrer Berichterstattung thematisieren können, müssen sie dafür die von den Forschenden verwendete Methodik verstehen. Dafür muss sie die Statistiklehre in der Journalist*innenausbildung vorbereiten.

Spezifischen Herausforderungen der Statistiklehre

Die Statistiklehre in der akademischen Journalist*innenausbildung ist im Vergleich zu anderen Studiengängen mit spezifischen Herausforderungen konfrontiert. Eine ist dem Journalismus immanent: Die Studierenden haben zusätzlich zum eigenen Lernfortschritt eine Transfer- und **Übersetzungsleistung** zu vollbringen: Sie müssen Statistik selbst verstehen und lernen, in unterschiedlichen fachlichen Kontexten anwenden können und sie schlussendlich in eine für das Publikum zugängliche textuelle und/oder visuelle Form zu bringen. In der Lehre müssen sie dabei hauptsächlich auf drei Szenarien für die Praxis vorbereitet werden:

Sie beziehen veröffentlichte Erhebungen und Studien als Teil einer Recherche in ihre Berichterstattung ein bzw. berichten über veröffentlichte Studien. In diesem Fall müssen sie in der Lage sein, die Qualität der Studie bzw. Erhebung von der Fragestellung über die Datenerhebung bis zur Auswertung beurteilen können. Dazu sollten sie die Grundzüge von Wissenschaft und Forschung über unterschiedlichen Fachgebiete hinweg verstehen und nachvollziehen können. Sie müssen in gewissem Maße auch in der Lage sein, Fehler zu entdecken und zu prüfen.

Sie arbeiten mit existierenden Daten, die sie im Rahmen einer Themenbearbeitung selbst

© Julia Lück Karin Boczek (2020). Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 105-116. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70827.

recherchieren (z. B. Open Data, Anfragen an Behörden/Verwaltungen/Organisationen, Webscraping, etc.) **oder die sie von Dritten erreichen** (von frisch veröffentlichten Daten von Organisationen und Institutionen bis hin zu geleakten Daten, die ihnen anonym zugespielt werden). Als Journalist*innen müssen sie daher wissen, wo und wie sie an Daten herankommen, diese sichern und nutzbar machen, wie Datenquellen eingeschätzt werden können, welche Qualität Daten haben und wie sie sinnvoll ausgewertet und aufbereitet werden können.

Sie erheben Daten selbst, wenn sie feststellen, dass es zu ihrem Thema keine passenden Daten gibt. Dies kann dann beispielsweise auch in Zusammenarbeit mit einem Forschungsinstitut erfolgen. Für diesen Fall müssen sie mit dem gesamten Prozess der Datenerhebung vertraut sein – von der Formulierung der Fragestellung über die Erarbeitung und Operationalisierung von Konzepten, der Durchführung der eigentlichen Erhebung sowie der Auswertung der Daten. Während diese Variante dem wissenschaftlichen Prozess am nächsten kommt, unterscheidet sie sich doch in einem zentralen Aspekt: der Zeit. Auch in einem deutlich kürzeren Zeitraum müssen Journalist*innen bei einer eigenen Erhebung für gute Datenqualität und seriöse Ergebnisse sorgen können.

Diese Vielfalt der Ansprüche und Aufgaben ist Studierenden oft gar nicht intuitiv klar. In der Diskussion bei der Fachgruppentagung wurde allerdings auch deutlich, dass dies teilweise auf die Kommunikation der Journalist*innenausbildungen und Studiengänge zurückzuführen ist, die zwar das Erlernen des journalistischen Handwerks in der Außendarstellung betonen, der Umgang mit Statistik aber oft nicht als selbstverständlicher Teil dieses Handwerks verstanden wird. Die Journalismusausbildung muss vielfältige Themen vom Aufbau einer Nachricht bis zum Schneiden eines Fernsehbeitrags berücksichtigen. Für die Statistikausbildung muss innerhalb dieses Programms genug Platz geschaffen werden. Die Journalismusausbildung hat im Vergleich zu anderen Studiengängen die Herausforderung, dass sie keinen klar abgegrenzten Forschungsschwerpunkt hat. Die Statistiklehre wird in der journalistischen Praxisausbildung dann zwar oft mit unterschiedlich großen Anteilen von Journalismusforschung kombiniert. Verbleibt diese Kombination aber eher beispielhaft, fällt die Anwendung auf andere Fachgebiete eventuell schwer. Dabei wäre es insbesondere nötig, eng an die anderen Bereiche der Ausbildung anzuknüpfen und Verbindungen zwischen den Modulen herzustellen. Denn die Transferleistung auf ganz unterschiedliche gesellschaftliche, naturwissenschaftliche oder technische Themen zu vollbringen und das Verständnis von Daten vielfältiger Art zu erlangen, ist keineswegs trivial und kann vor allem nicht als Automatismus angenommen werden, wenn die Statistikausbildung stärker dem wissenschaftlichen Fokus der universitären Ausbildung folgt.

Viele Lehrende berichteten außerdem bei der Fachtagung von Studierenden, die bei der Arbeit an ihren Abschlussarbeiten feststellten, dass ihnen das dafür notwendige Statistikwissen fehlte. Im Gegensatz zu den Studienverlaufsplänen in anderen Fächer ist in der Journalismusausbildung häufig keine kontinuierliche Beschäftigung mit Statistik und wissenschaftlichen Methoden vorgesehen. Dennoch waren sich die Diskussionsteilnehmer*innen einig, dass es ein sinnvoller Aufbau im Curriculum ist, mit Statistik im ersten Semester zu beginnen. Die Studierenden sollten bei ihrem Schulwissen abgeholt werden und Basiswissen erlernen. Danach sollte aber in folgenden Semestern Platz geschaffen werden, um genug Zeit zu haben, statistisches Wissen zu vertiefen und Sicherheit in der Anwendung zu gewinnen.

Eine weitere Herausforderung, die viele Lehrende in der Statistikausbildung erleben, ist die fehlende Motivation der Studierenden. Studierende äußerten die Kritik an den Statistik-Veranstaltungen, dass Journalist*innen nichts mit Zahlen machen würden und sie die Inhalte nie brauchen würden. Die Relevanz aufzuzeigen und damit die intrinsische Motivation zur Beschäftigung mit dem Thema bei den Studierenden zu fördern, schien daher für viele Workshopteilnehmer*innen eine der zentralen Herausforderungen, die es anzugehen gilt.

Zusammengefasst lassen sich entsprechend folgende Keypoints als zentrale Herausforderungen für die Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung festhalten:

1. Mythos: "literacy" sei wichtiger als "numeracy"

2. Teufelskreis: nicht überall in der Lehre etabliert

3. Pfadabhängigkeiten: Entscheidung für Software

© Julia Lück Karin Boczek (2020). Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 105-116. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70827.

4. Übersetzungsleistung: eigenes Verständnis und Vermittlung

5. Aufgabenvielfalt: Studien lesen und verstehen bis Datenjournalismus

6. Kontinuität im Lehrplan: Grundlagen bis Abschlussarbeit

7. Motivation: Relevanz aufzeigen

Didaktische Ansatzpunkte

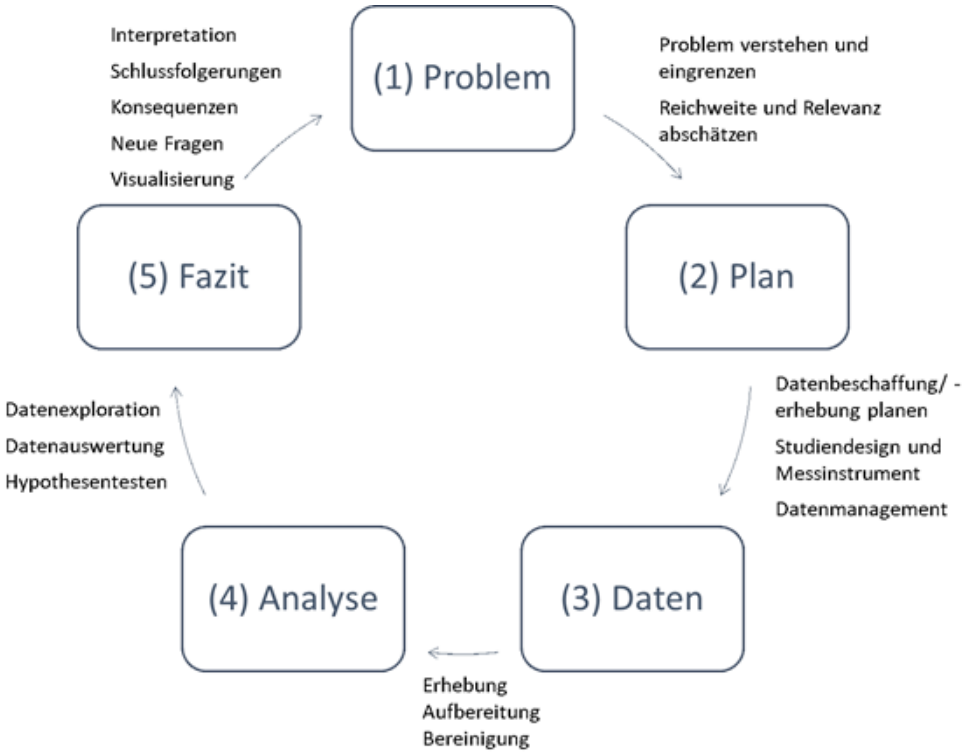
Gerade weil Journalismus deutlich eher mit Sprache und vor allem Sprachkompetenz assoziiert wird, kann die gedankliche Hürde, sich auch mit Zahlen einzulassen, für manch angehende Journalist*in besonders hoch sein. So ist es nicht verwunderlich, dass Teilnehmer*innen in beiden Workshops insbesondere die mangelnde Motivation der Studierenden als eine der größten Herausforderungen identifizierten. In den Diskussionen wurde daher einhellig empfohlen dieser Kritik zu begegnen, indem man den Mehrwert der Statistiklehre immer wieder deutlich macht und Berufsfelder aufzeigt, in denen die Studierenden Statistikwissen benötigen werden. Diese Einschätzung ist insofern überraschend, als dass die meisten Journalismusstudiengänge im Grunde bereits in hohem Maße praktisch orientiert sind. Von Recherchehandwerk über den Technikumgang zu Lehrredaktionen – viele Lehrformate orientieren sich nah an der redaktionellen Praxis. Offenbar gelingt das in der Statistikausbildung bisher weniger erfolgreich. Die unterschiedlichen Szenarien, in denen Journalist*innen in Kontakt mit Statistik kommen können, sind vielen gar nicht bewusst – vielleicht vor allem weil Statistik- und Erhebungsmethoden, wenn überhaupt, dann in der Regel in abgeschlossenen Modulen mit stärkerem Forschungsbezug behandelt werden, allerdings nicht ausreichend die Verbindung zu den praxisorientierten Teilen des Studiums hergestellt wird. Die Vermittlung von Statistikkenntnis muss daher viel mehr als Querschnittsaufgabe in die Journalist*innenausbildung aufgenommen werden und darf nicht auf isolierte Veranstaltungen im Studium begrenzt sein, denen dann der Bezug zu den anderen Bereichen der Ausbildung fehlt. So könnte es zu einer selbstverständlichen Anforderung gemacht werden, auch bei der Erstellung von Printprodukten oder audiovisuellen Sendungen datengestützte Elemente einzubauen.

Gleichzeitig braucht es für einen solchen Querschnittsansatz auch eine gute und fundierte Grundlage, die früh im Studium gelegt werden sollte. Diese Grundlage muss auf die unterschiedlichen Szenarien vorbereiten, mit denen Journalist*innen in der Praxis mit Daten und Statistiken in Berührung kommen können. Das heißt vor allem, Studierende müssen ein Verständnis für die Grundlagen des Forschungsprozesses erlangen, um die Qualität von Studien und Erhebungen unterschiedlicher Art nachvollziehen zu können; sie müssen in der Lage sein, Daten für ihren Recherchezweck zu bekommen oder im Zweifel sogar selbst zu erheben; sie müssen Daten gezielt und sicher auswerten können und ihre Ergebnisse schlussendlich verständlich für ein jeweiliges Zielpublikum aufbereiten können.

Wir schlagen für die Vermittlung dieser vielfältigen Aufgaben eine Strukturierung des Lernens entlang des generellen statistischen Prozesses vor (Wild & Pfannkuch, 1999). Die Abbildung 2 zeigt eine schematische Darstellung dieses Prozesses mit den einzelnen Prozessschritten sowie den grundlegenden Anforderungen. Für jeden dieser Schritte muss in der Vermittlung für die angehenden Journalist*innen deutlich werden, welche konkreten Aufgaben sie vor dem Hintergrund der drei Szenarien (1) Erhebungen und Studien einschätzen und nutzen, (2) existierende Daten recherchieren und auswerten, sowie (3) eigene Daten erheben, vollführen müssen.

© Julia Lück Karin Boczek (2020). Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 105-116. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70827.

Abbildung 2: Der statistische Prozess (eigene Darstellung nach Wild & Pfannkuch, 1999)



© Julia Lück Karin Boczek (2020). Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 105-116. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70827.

So muss beispielsweise im Prozessschritt „Problem“ sowohl erlernt und geübt werden, was statistische Probleme sind und wie sie erkannt werden können. Studierende müssen hierbei ein statistisches Problem selbst formulieren können, um es als Grundlage für weitere Recherchen und gegebenenfalls eigene Erhebungen zu verwenden. Sie müssen aber auch in der Lage sein, ein beantwortbares Problem in bereits vorliegenden Daten zu identifizieren, das sich für eine Bearbeitung eignet, sowie das zugrundeliegende Problem einer existierenden Studie erkennen und auf Relevanz und Gültigkeit prüfen. Nicht zuletzt müssen sie als Teil einer fundierten Quellenkritik in der Lage sein, zu reflektieren, wer weshalb ein bestimmtes statistisches Problem (für eine Studie oder Erhebung) ausgemacht hat und welche Werte oder Maßstäbe hier eventuell zugrunde gelegt worden sind, um sich im Zweifel nicht mit diesen gemein zu machen. Sie müssen sowohl in der Lage sein, eigene Modelle über mögliche Zusammenhänge zu entwickeln, als auch die Annahmen über Zusammenhänge vorliegender Daten und Studien zu überprüfen.

Im Prozessschritts des „Plans“ müssen Studierende mit den unterschiedlichen Erhebungsmethoden und ihren Besonderheiten und Anforderungen vertraut gemacht werden. Dazu sollte ein Verständnis darüber erlangt werden, was Messinstrumente leisten können müssen und wie diese erstellt werden. Eigene Operationalisierungen von (theoretisch abgeleiteten) Konzepten durchzuführen ist dabei genauso wichtig, wie die Operationalisierungen in bereits durchgeführten Erhebungen nachzuvollziehen und kritisch prüfen zu können. Der Bereich der Stichprobenziehung ist in diesem Prozessschritt besonders zu beachten. Die Einschätzung der Güte einer Stichprobe und ihrer Aussagekraft muss für die eigene Erhebung genauso gründlich erfolgen wie für die Bewertung existierender Daten und Studien.

Im Prozessschritt „Daten“ spielen neben dem Wissen über mögliche Datenquellen, der sorgfältigen Überwachung der Datenerhebung und -sicherung vor allem die Bereiche Datenbereinigung und -aufbereitung eine wichtige Rolle. Gerade dann, wenn Daten Dritter recherchiert und nutzbar gemacht werden sollen, sind dabei gegebenenfalls aufwendigere Schritte nötig, als das bei einem eigenen geplanten und erhobenen Datensatz der Fall wäre. Bei der wachsenden Menge an verfügbaren Daten spielt auch der Aspekt der *Data Verification,* also der Überprüfung von Echtheit und Richtigkeit von Daten, eine zunehmend wichtige Rolle.

Der Prozessschritt der „Analyse“ wird wohl von den meisten am stärksten mit Statistik verbunden, obwohl dieser nur einen Teil des gesamten Prozesses darstellt. Je besser dieser Schritt aber an die vorherigen angebunden ist, desto sinnvoller können auch Auswertungsmethoden vermittelt und angewendet werden. Wer die Analyse als Werkzeug zum Lösen eines eingangs erstellten Problems versteht, dem fällt es wahrscheinlich leichter, sich innerhalb der vielfältigen Möglichkeiten der Auswertungsstrategien zurecht zu finden und Sinnhaftigkeit in Daten und Zahlen zu erkennen. Gleichzeitig kann bei vorliegenden Studien und Erhebungen ebenfalls einfacher nachvollzogen und überprüft werden, ob die angewendeten Auswertungsmethoden tatsächlich Antworten auf eingangs gestellte Fragen darstellen.

Zu guter Letzt geht es im Prozessschritt „Fazit“ für angehende Journalist*innen vor allem darum, die nötige Übersetzungsleistung zu vollbringen und gezielt Informationen so aufzubereiten, dass sie verständlich und zugänglich, dabei aber gleichzeitig auch faktisch richtig und präzise sind. Grundlagen guter und effektiver Visualisierung, mit dem Ziel Muster sichtbar und Abstraktes nachvollziehbar zu machen, sollten hierbei ebenfalls eine wichtige Rolle spielen. Studierende sollten Verständnis dafür entwickeln, wie Daten und Darstellung ordentlich zusammenpassen, sodass das Publikum einen Mehrwert über den visuellen Zugang gewinnen kann. Dabei sollte klar werden, dass die textliche und visuelle Aufbereitung der Daten auf dem festen Fundament aller vorherigen Prozessschritte fußen muss. Um eine sorgfältige und gleichzeitig aussagekräftige Berichterstattung – in welcher Form auch immer – zu leisten, müssen alle Teile des vorausgegangenen Arbeitsvorgangs mit der angemessenen Gründlichkeit vollzogen worden sein.

Die nötigen Arbeitsschritte entlang des gesamten statistischen Prozesses für die drei Hauptszenarien journalistischen Umgangs mit Statistik explizit zu machen und gezielt einzuüben, kann unserer Ansicht nach dazu beitragen, den Umgang mit Zahlen als selbstverständlichen Teil des journalistischen Handwerks zu verstehen. Ein umfangreicher Fundus an (guten!) Medienbeispielen bietet sich für jeden Prozessschritt an. Anhand solcher Beispiele können Probleme identifiziert, zugrundeliegende Datenerhebungen nachvollzogen, Auswertungen veranschaulicht und Visualisierungen gezeigt werden. Gute und vielfältige Beispiele können die Breite der Anwendungen und Möglichkeiten offenlegen und dazu beitragen, einen bewussten Blick auf Zahlen in den

© Julia Lück Karin Boczek (2020). Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 105-116. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70827.

journalistischen Darstellungsformaten zu entwickeln. Konkrete Beispiele über Gastvorträge von Datenjournalist*innen in die Lehre einzubringen, kann darüber hinaus weiteren Praxisbezug auch zum redaktionellen Alltag herstellen. Gemeinsam ein existierendes datenjournalistisches Projekt hinsichtlich der einzelnen Schritte des statistischen Prozesses nachzuvollziehen oder gegebenenfalls sogar in Zusammenarbeit mit einer Redaktion ein eigenes Projekt durchzuführen, kann die Verknüpfung zwischen Übung und Praxis weiter veranschaulichen.

Grundlegende Kenntnisse über die Abläufe im statistischen Prozess sowie das regelmäßige Anwenden in unterschiedlichen Kontexten und Situationen im Studium machen nicht aus allen Journalismusstudierenden die perfekten Datenjournalist*innen. Dass dies aber auch gar nicht das Ziel ist, kann und sollte ebenso kommuniziert werden wie das Anliegen, die angehenden Journalist*innen unabhängig von fachlicher Spezialisierung mit der nötigen Kompetenz zum sicheren Umgang mit Zahlen und Daten auszustatten, um qualitativ hochwertigen Journalismus gewährleisten zu können. Im Hinblick einer Neujustierung der Journalismusforschung sollte dieser Aspekt bei der Konzipierung von Lehre und Modulplänen unserer Ansicht nach dringend mitgedacht werden. Die Arbeit mit Daten und Statistik kann dabei gerade auch als Chance wahrgenommen werden, um nicht nur den Bezug zwischen Journalismusforschung und Praxis herzustellen, sondern auch um den Zugang zu weiteren fachlichen Gebieten zu eröffnen. Als Querschnittsthema kann die Statistikausbildung vor allem auch dazu dienen, Transfer- und Übersetzungsleistungen zwischen unterschiedlichen Bereichen zu fördern.

Literatur

Ahmad, M. I. (2016). The magical realism of body counts: How media credulity and flawed statistics sustain a controversial policy. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, *17*(1), 18–34. https://doi.org/10.1177/1464884915593237

Bosbach, G., & Korff, J. J. (2012). *Lügen mit Zahlen: Wie wir mit Statistiken manipuliert werden* (4. Auflage, Taschenbucherstausgabe). *Heyne: Vol. 60248*. Heyne.

Dernbach, B., & Loosen, W. (Hrsg.). *Didaktik der Journalistik*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-93447-1

Dunwoody, S., & Griffin, R. J. (2013). Statistical Reasoning in Journalism Education. *Science Communication*, *35*(4), 528–538. https://doi.org/10.1177/1075547012475227

Felle, T. (2015). Digital watchdogs? Data reporting and the news media's traditional 'fourth estate' function. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, *17*(1),85–96. doi.org/10.1177/1464884915593246

Gossel, B. M., & Konyen, K. (2019). *Quo Vadis Journalistenausbildung?* Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23123-1

Harrison, S. (2014). History of Numeracy Education and Training for Print Journalists in England. *Numeracy*, *7*(2). https://doi.org/10.5038/1936-4660.7.2.2

Heravi, B. R. (2019). 3Ws of Data Journalism Education. *Journalism Practice*, *13*(3), 349–366. https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1463167

Lewis, N. P., & Waters, S. (2018). Data Journalism and the Challenge of Shoe-Leather Epistemologies. *Digital Journalism*, *6*(6), 719–736. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1377093

Livingston, C., & Voakes, P. S. (2005). *Working with numbers and statistics: A handbook for journalists*. *Lea's communication series*. Lawrence Erlbaum Associates.

Maier, S. R. (2002). Numbers in the News: A Mathematics Audit of a Daily Newspaper. *Journalism Studies*, *3*(4), 507–519. https://doi.org/10.1080/1461670022000019191

McConway, K. (2016). Statistics and the media: A statistician's view. *Journalism*, *17*(1), 49–65. https://doi.org/10.1177/1464884915593243

Meyer, P. (2002). *Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods* (4th ed.). Rowman & Littlefield Publishers.

© Julia Lück Karin Boczek (2020). Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 105-116. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70827.

Nguyen, A., & Lugo-Ocando, J. (2015). The state of data and statistics in journalism and journalism education: Issues and debates. *Journalism*, *17*(1), 3–17. https://doi.org/10.1177/1464884915593234

Portilla, I. (2016). The inclusion of methodological information in poll-based news: How do Spanish newspapers conform to professional recommendations and legal requirements? *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, *17*(1), 35–48. https://doi.org/10.1177/1464884915593239

Quatember, A. (2015). *Statistischer Unsinn*. Springer, Berlin, Heidelberg, https://doi.org/10.1007/978-3-662-45335-3

Schüller, K. (2015). *Statistik und Intuition: Alltagsbeispiele kritisch hinterfragt* (1. Aufl. 2015). Sachbuch. Springer Spektrum. http://ebooks.ciando.co m/book/index.cfm/bok_id/1983229 https://doi.org/10.1007/978-3-662-47848-6

Wild, C. J., & Pfannkuch, M. (1999). Statistical thinking in empirical enquiry. *International Statistical Review*, 67(3), 223–248

Fußnoten

1 Zur Identifizierung der Studiengänge diente eine Suche nach den Stichwörtern „Journalismus“, „Journalistik“, „Journalism“ im Hochschulkompass (https://www.hochschulkompass.de/home.html) sowie in der Suchmaschine für Studiengänge der ZEIT (https://studiengaenge.zeit.de). Für die Analyse ausgewählt wurden solche Studiengänge, die einen der Begriffe explizit im Namen tragen. Demnach gibt es aktuell in Deutschland 52 Journalismusstudiengänge, davon 8 Bachelor- und 12 Master-Programme an Unis sowie 23 Bachelor- und 9 Master-Programme an (Fach-)Hochschulen. Stand: Juli 2020

2 Dabei wurde immer die aktuell gültige Version herangezogen. Nicht immer sind Studienpläne und Modulbeschreibungen frei zugänglich. Falls dadurch Informationen nicht vollständig erhoben werden konnten, mussten fehlende Werte eingetragen werden. In Einzelfällen wurden aktuelle Vorlesungsverzeichnisse herangezogen.

© Julia Lück Karin Boczek (2020). Statistik in der akademischen Journalist*innen-Ausbildung. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 105-116. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70827.

Technische Innovation, theoretische Sackgasse? Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Lehre und Forschung

Karin Boczek, Valerie Hase*

**beide Autorinnen haben gleichermaßen zu diesem Beitrag beigetragen*

Journalistisches Seminar, Institut für Publizistik, Johannes Gutenberg-Universität Mainz

IKMZ, Universität Zürich

Zusammenfassung

Die automatisierte Inhaltsanalyse wird auch in der Journalismusforschung zunehmend genutzt, um Texte (teil)-automatisiert zu analysieren. Sie hat damit zu einer Methodeninnovation im Fach beigetragen, die jedoch selten kritisch diskutiert wird. Der Beitrag gibt einen Überblick über Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Forschung und Lehre. Er argumentiert für die Vereinbarkeit der Methode mit klassischen Journalismustheorien, weist aber auch auf Grenzen, etwa fehlende Analysetiefe oder mangelnde Validität, hin. Auch für die Vermittlung von Computational Methods werden Probleme offengelegt und Lösungsansätze auf organisatorischer, technischer und didaktischer Ebene diskutiert. Insgesamt bedeutet die automatisierte Inhaltsanalyse für die Journalismusforschung keine Neujustierung, sondern eine Erweiterung – sofern Grenzen der Methode beachtet werden. Anders sieht es bei der Lehre aus, wo eine verstärkte Vermittlung von Computational Methods gefordert wird.

Keywords: Automatisierte Inhaltsanalyse, Computational Methods, quantitative Methoden, Journalismus, Lehre

© Boczek, Karin; Hase, Valerie (2020). Technische Innovation, theoretische Sackgasse? Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Lehre und Forschung. In: Schützeneder, J., Meier, K., Springer, N. (Hrsg.)
Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 117-128. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70828.

Summary

The use of automated content analysis has rapidly increased. In journalism studies, (partly) automized text analysis has led to a methodical innovation in the field. However, implications of using this method are seldom discussed. This overview summarizes chances and limitations of the application of automated content analysis in research and teaching. We argue that the method integrates with pertinent theories but that limitations, e.g., a lack of depth in analysis or a lack of validity, also need to be acknowledged. We also shed light on problems of teaching computational methods and offer solutions on an organizational, technical and didactical level. In sum, the use of automated content analysis does not imply a readjustment, but an amplification of research in journalism studies – that is, if its limitations are kept in mind. However, when it comes to teaching, we argue for a readjustment by increasingly including computational methods in current syllabi.

Keywords: Automated content analysis, computational methods, quantitative methods, journalism, teaching

© Boczek, Karin; Hase, Valerie (2020). Technische Innovation, theoretische Sackgasse? Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Lehre und Forschung. In: Schützeneder, J., Meier, K., Springer, N. (Hrsg.)
Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 117-128. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70828.

1. Neujustierung der Journalistik durch die automatisierte Inhaltsanalyse?

In einer digitalen Gesellschaft fallen vermehrte Datenspuren an, die maschinenlesbar sind. Gleichzeitig gibt es mehr Rechenkapazitäten und Methoden, um diese automatisiert auszuwerten. Dies trifft nicht nur auf Zahlen wie beispielsweise die Verweildauern bei Onlinemedien zu, sondern auch auf Texte (*Text-as-Data*). Im Journalismus sind für den Datenjournalismus nicht nur Zahlen aus amtlichen Statistiken, sondern auch politische Reden oder Literatur relevant. Bekannte Beispiele für journalistische Produkte, die auf automatisiert ausgewerteten Textdaten basieren, sind die Zeit-Online-Veröffentlichung „Bundeswörter" (Biermann et al., 2019), in der Bundestagsreden für Leser*innen durchsuchbar gemacht wurden, oder die Datenrecherche „Blaue Bücher, rosa Bücher" (Brunner et al., 2019) von der Süddeutschen Zeitung, die untersuchte, welche Geschlechter-Klischees in Kinderbüchern stecken.

Auch in der Journalismusforschung ergeben sich neue Potentiale durch die automatisierte Inhaltsanalyse. Forschende können Textdaten auf innovative Art und Weise, schneller und ressourcenschonender auswerten. Schon jetzt können sie auf eine zunehmende Anzahl von maschinenlesbaren journalistischen Inhalten zugreifen, beispielsweise digitalisierte Medienarchive, die Berichterstattung über lange Zeiträume erfassen. Künftige Potentiale von automatisierter Inhaltsanalyse, die Journalismusforschung voranzutreiben, entstehen auch aus der automatischen Transkription von Audioinhalten wie klassischem Radio oder Podcasts, die in der Journalismusforschung aufgrund des Aufwands bisher weniger stark bei Medieninhaltsanalysen berücksichtigt wurden.

Es gibt bereits zahlreiche Publikationen, die einen Überblick über verschiedene Verfahren der automatisierten Inhaltsanalyse geben (Grimmer & Stewart, 2013; Günther & Quandt, 2016; Maier et al., 2018; Trilling & Jonkman, 2018; Welbers et al., 2017). Nach einer kurzen Einführung in die automatisierte Inhaltsanalyse soll daher in diesem Beitrag gezeigt werden, wie man diese Verfahren mit Theorien der Journalismusforschung verknüpfen kann und wo die Grenzen der Methode liegen. Da die Methode bisher noch nicht Teil der Standard-Curricula der Journalistik-Ausbildung ist, wird in diesem Beitrag außerdem von den Lehrerfahrungen mit der Methode anhand eines beispielhaften didaktischen Konzepts für einen Workshop berichtet[i] und thematisiert, welche Schlüsse andere Lehrende daraus ziehen können. Der Beitrag soll eine methodische Neujustierung der Journalistik in Bezug auf zwei Aspekte diskutieren: einerseits aufzeigen, welche Potentiale in der automatisierten Inhaltsanalyse für die Journalismusforschung in einer digitalen Gesellschaft liegen und wo ihre Grenzen liegen, und andererseits Hinweise geben, was Lehrende bei der Vermittlung beachten sollten, um Studierende auf die verstärkte Nachfrage von Arbeitgeber*innen in Forschung und Journalismuspraxis nach diesen Fähigkeiten vorzubereiten.

2. Eine kurze Einführung in die automatisierte Inhaltsanalyse

Die automatisierte Inhaltsanalyse beschreibt eine Methode der Textanalyse, bei der ein Teil der Analyse von Textdaten automatisiert von Maschinen übernommen wird. Sie ist teilautomatisiert, da in vielen Verfahren der automatisierten Inhaltsanalyse manuelle Codierungen weiterhin eine Rolle für die Vorbereitung als auch die Validierung der Analyse spielen (Song et al., 2020). Zudem müssen Forschende zahlreiche Entscheidungen treffen, wenn es um die Bereinigung von Text zur Vorbereitung der Analyse oder das gewählte Analyseverfahren geht, die Maschinen nicht für sie übernehmen können. Ähnlich wie bei der manuellen Inhaltsanalyse ist das Ziel vieler automatisierter Verfahren, Texte explorativ zu verstehen (qualitative Inhaltsanalyse) oder das Vorkommen von Konstrukten in Texten numerisch zu erheben (quantitative Inhaltsanalyse). Ein zusätzliches Ziel vieler automatisierter Verfahren ist die Prognose und Klassifizierung unbekannter Texte, die auch für die Journalismusforschung von Interesse sein kann (de Grove et al., 2020). Ein klassisches Beispiel aus der journalistischen Praxis ist die automatisierte Klassifizierung von Hate Speech in sozialen Netzwerken.

Ein weiterer wichtiger methodischer Unterschied zwischen der automatisierten und der manuellen Inhaltsanalyse ist dabei ein unterschiedliches Verständnis von Text: Während manuelle Analysen Text auf Basis ganzer Artikel oder Sätze inklusive ihrer Syntax interpretieren, brechen automatisierte Analysen Texte auf sogenannte *Features* unter. Dies sind oft einzelne Wörter[ii] in einem *Bag-of-Words*-Ansatz, bei dem vor allem das numerische

© Boczek, Karin; Hase, Valerie (2020). Technische Innovation, theoretische Sackgasse? Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Lehre und Forschung. In: Schützeneder, J., Meier, K., Springer, N. (Hrsg.)
Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 117-128. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70828.

Vorkommen dieser Wörter wichtig ist, aber ihre Reihenfolge oder Position im Text ignoriert wird. Auf Basis des numerischen Vorkommens von Wörtern sollen dahinter liegende, latente Konstrukte von Interesse gemessen werden. Ein einfaches Beispiel dafür ist die Diktionär-Analyse: Diktionäre sind Listen von Wörtern (z. B. „fröhlich", „positiv", „Fortschritt"), deren Vorkommen erhoben wird, um beispielsweise Rückschlüsse auf das Vorkommen des latenten Konstrukts ‚positives Sentiment' zu ziehen. Interpretationsbasis für die automatisierte Analyse wären also numerische Wortfrequenzen, nicht wie bei der manuellen Analyse ganze Texte oder Sätze – weshalb man die Methode auch als *Text-as-Data* bezeichnet. Da von manifesten Indikatoren (z. B. Wortfrequenzen) auf latente Konstrukte (z. B. positives Sentiment) geschlossen wird, ist die automatisierte Inhaltsanalyse anfällig für Unsicherheiten und Fehler bei diesen Schätzungen (Grimmer & Stewart, 2013), ähnlich wie manuelle Analysen (Benoit et al., 2009).

Die automatisierte Inhaltsanalyse umfasst klassischerweise vier Schritte (Wilkerson & Casas, 2017): (1) die Sammlung von Textdaten, (2) die Bereinigung, durch welche Text in numerische Daten transformiert wird, (3) die Analyse und (4) die Validierung der Analyse. Für den dritten Schritt bietet die automatisierte Inhaltsanalyse eine Reihe deduktiver und induktiver Verfahren (Boumans & Trilling, 2016; Grimmer & Stewart, 2013; Günther & Quandt, 2016). Die in der Journalistik bekanntesten Verfahren sind aktuell Diktionäre, *Supervised Machine Learning* und *Unsupervised Machine Learning* in der Form von *Topic Modeling*. Diktionäre beschreiben ein deduktives Verfahren, bei dem Listen von Wörtern erstellt werden, deren Vorkommen erhoben wird, um Rückschlüsse auf bekannte latente Konstrukte wie z. B. Sentiment zu ziehen. Auch *Supervised Machine Learning* ist als deduktives Verfahren zu verstehen: Hier wird das Konstrukt von Interesse, z. B. das Vorkommen von negativem vs. positivem Sentiment in Text, zunächst manuell in einem Trainingsdatensatz codiert. Klassifikationsalgorithmen wie *Naive Bayes* werden dann auf Basis dieses Trainingsdatensatzes trainiert, um unbekannte Textdaten in einem Testdatensatz automatisch in vorgegebene Sentiment-Kategorien zu klassifizieren. Zuletzt wird *Topic Modeling* als eher induktives Verfahren des *Unsupervised Machine Learning* in der Journalistik häufig genutzt, um Themen und ihre Prävalenz in Texten anhand von häufig gemeinsam auftretenden Wörtern explorativ zu identifizieren. Viele der genannten Übersichtsarbeiten (Grimmer & Stewart, 2013; Günther & Quandt, 2016; Maier et al., 2018; Trilling & Jonkman, 2018; Welbers et al., 2017) geben detailliertere Einführungen in diese und weitere Verfahren der automatisierten Inhaltsanalyse. Der Fokus dieses Beitrags liegt auf der journalismustheoretischen Einbettung der Methode und zugehöriger Verfahren, weniger auf ihrer methodischen Umsetzung. Daher werden die im nachfolgenden genannten Verfahren und Metriken der automatisierten Inhaltsanalyse nur überblicksartig in Tabelle 1 erläutert. Für eine detaillierte Erklärung der jeweiligen Methoden wird daher auf die weiterführenden Quellen in der Tabelle verwiesen.

Wichtig ist, dass viele der genannten automatisierten Verfahren mit manuellen Inhaltsanalysen und anderen Methoden, wie beispielsweise Netzwerkanalysen, kombiniert werden können. Studien, die manuelle und automatisierte Inhaltsanalysen in Form von Mixed-Methods-Ansätze verbinden, nutzen automatisierte Verfahren beispielsweise, um Codebücher für qualitative Analysen zu erstellen (Waldherr et al., 2019) oder Stichproben für manuelle Analysen zu ziehen (Hase et al., 2020). In Kombination können diese Methoden nicht nur interdisziplinäre Zusammenarbeit fördern (Ophir et al., 2020), sondern Stärken und Schwächen der jeweiligen Methoden dabei ausbalancieren und Textdaten dadurch umfassender und detaillierter analysieren.

© Boczek, Karin; Hase, Valerie (2020). Technische Innovation, theoretische Sackgasse? Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Lehre und Forschung. In: Schützeneder, J., Meier, K., Springer, N. (Hrsg.)
Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 117-128. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70828.

Tabelle 1. **Übersicht über Analyseverfahren und -Metriken**

Verfahren/Metrik	Beschreibung	Weiterführende Quelle(n)	Anwendungsbereich
Ähnlichkeitsmaße	Numerischer Wert für Ähnlichkeit zwischen zwei Objekten, hier Texten, basierend z.B. auf Worthäufigkeiten oder Wortketten. Genannte Beispiele: Kosinus-Ähnlichkeit, Jaccard-Index	Mozer et al. (2020)	Agenda-Setting und Agenda-Building & Nachrichtenwertforschung
Shingling	Vergleich von Texten anhand von Wortketten, d.h. aufeinander folgenden Wörtern	Manning et al. (2008), Nicholls (2019)	
Diktionäre	Wörterliste zu einem bestimmten Konstrukt (z.B. „fröhlich"; „positiv"; „Fortschritt" als Wörterliste für das Konstrukt ‚positives Sentiment'). Das Vorkommen dieser Wörter wird automatisch erhoben, um das Vorkommen des Konstruktes zu analysieren	Boukes et al (2019), Lind et al. (2019), Muddiman et al. (2019)	Nachrichtenwert-forschung
Named Entity Recognition	Automatische Erfassung von Personen, Organisationen oder Orten mittels z.B. Diktionären oder Supervised Machine Learning	Marrero et al. (2013)	
Supervised Machine Learning	Klassifikationsalgorithmen werden auf Basis eines Trainingskorpus trainiert, um zu erkennen, welche Textinformationen (z.B. Wortfrequenzen) die Klassifikation der Texte in bestimmte Kategorien (z.B. Sentiment, Themen) erlauben. Der trainierte Algorithmus wird genutzt, um bisher unbekannte Texte, d.h. den Testkorpus, automatisch zu klassifizieren	Mirończuk & Protasiewicz, (2018), Scharkow (2012)	Nachrichtenwert-forschung & Framing-Theorie
Topic Modeling	Verfahren des Unsupervised Machine Learning, bei dem Themen durch das gemeinsame Auftreten von Wörtern explorativ identifiziert werden	Maier et al. (2018)	Framing-Theorie

© Boczek, Karin; Hase, Valerie (2020). Technische Innovation, theoretische Sackgasse? Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Lehre und Forschung. In: Schützeneder, J., Meier, K., Springer, N. (Hrsg.)
Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 117-128. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70828.

3. Forschung: Vereinbarkeit der automatisierten Inhaltsanalyse mit Theorien der Journalismusforschung

Durch die aus der Computerlinguistik, Informatik und Informationswissenschaft stammende Methode der automatisierten Inhaltsanalyse können z. B. Themen, Akteur*innen oder Sentiment als klassische Variablen manueller Inhaltsanalysen inzwischen automatisiert erfasst werden (Hase, im Druck). Wenige Studien diskutieren dabei kritisch, inwiefern die interdisziplinäre Methode empirisch das erfasst, woran die Journalismusforschung theoretisch interessiert ist – und wo ihre Grenzen liegen.

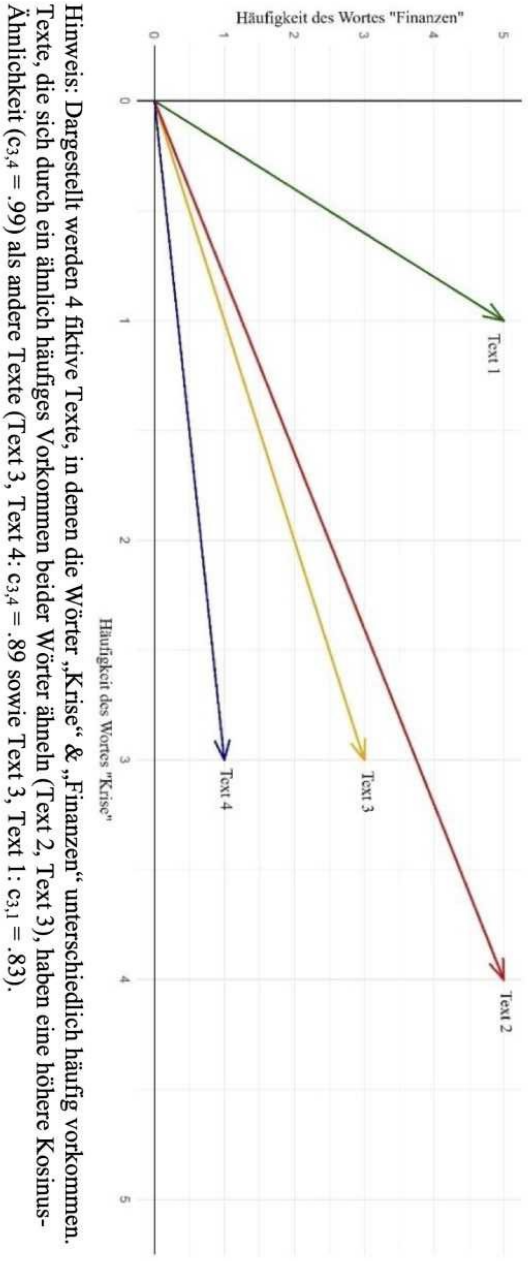
3.1 Chancen der Methode für die Forschung

Mit Blick auf „Agenda-Setting und Agenda-Building", die „Nachrichtenwerttheorie" und die „Framing-Theorie" als ausgewählte Journalismustheorien mittlerer Reichweite (Löffelholz & Rothenberger, 2016), wird im Folgenden diskutiert, inwiefern die automatisierte Inhaltsanalyse mit Fragestellungen und Theorien der Journalismusforschung vereinbar ist. Es bleibt abzuwarten, ob diese Methodeninnovation auch zu neuen Journalismustheorien führen kann.

Agenda-Setting und Agenda-Building

„Agenda-Setting und Agenda-Building"-Studien analysieren, warum „die Medien über bestimmte gesellschaftliche Probleme [berichten] und über andere nicht" (Maurer 2016, S. 427) und welche Effekte dies auf das Publikum hat. Die Journalismusforschung ist dabei vorrangig an der Entstehung medialer Themenagenden interessiert, insbesondere inwiefern andere Akteur*innen dort inhaltliche Schwerpunkte setzen können. Automatisierte Verfahren im Bereich von *Text-Re-Use* (Mozer et al., 2020) können für solche Fragestellungen genutzt werden: Studien untersuchen z. B., inwiefern Pressemitteilungen (Vogler & Schäfer, 2020) oder Agenturtexte (Welbers et al., 2018) in journalistische Artikel übernommen werden. *Text-Re-Use*-Verfahren zählen z. B. Wörter in Texten und verorten Texte dadurch als Vektoren in einem n-dimensionalen Vektorraum. Ähnlichkeiten zwischen Texten können dann über Kosinus-Ähnlichkeiten, d. h. den Kosinus des Winkels zwischen zwei Textvektoren, bestimmt werden (s. Abbildung 1). Ein anderes Verfahren in diesem Bereich ist *Shingling*. Dort werden Wortketten, etwa eine Kette von sieben aufeinander folgenden Wörtern, identifiziert, um zu analysieren, inwiefern diese Wortkette in anderen Texten genauso vorkommt (Manning et al., 2008; Nicholls, 2019), oft in Kombination mit Ähnlichkeitsmaßen wie dem Jaccard-Index als Maß für die Schnittmenge zweier Texte (Vogler & Schäfer, 2020). Unklar ist, ab welchem Grenzwert Texte als Duplikate gelten bzw. andere Akteur*innen „erfolgreich" ihre Inhalte in der medialen Agenda platziert haben. Gerade hier braucht es Journalismusforschende, die solche Fragen theoretisch klären.

Abbildung 1. Identifikation von Text Re-Use durch Kosinus-Ähnlichkeiten



Hinweis: Dargestellt werden 4 fiktive Texte, in denen die Wörter „Krise" & „Finanzen" unterschiedlich häufig vorkommen. Texte, die sich durch ein ähnlich häufiges Vorkommen beider Wörter ähneln (Text 2, Text 3), haben eine höhere Kosinus-Ähnlichkeit ($c_{3,4} = .99$) als andere Texte (Text 3, Text 4: $c_{3,4} = .89$ sowie Text 3, Text 1: $c_{3,1} = .83$).

© Boczek, Karin; Hase, Valerie (2020). Technische Innovation, theoretische Sackgasse? Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Lehre und Forschung. In: Schützeneder, J., Meier, K., Springer, N. (Hrsg.)
Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 117-128. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70828.

Nachrichtenwerttheorie

Die „Nachrichtenwerttheorie" konzeptualisiert, welche Faktoren ein Ereignis „nachrichtenwürdig" machen. Automatisierte (wie auch manuelle) Inhaltsanalysen, die Nachrichtenfaktoren anhand der journalistischen Berichterstattung über ein Ereignis identifizieren, zeigen, inwiefern journalistische Beschreibungen mit medialer Aufmerksamkeit zusammenhängen (Eilders, 2016).[iii] Hier kann die automatisierte Analyse an vielen Stellen unterstützen: Das Vorkommen bestimmter Akteur*innen (Nachrichtenfaktor: „Elite-Nationen" oder „Personalisierung") kann automatisiert über das automatisierte Auslesen von Personalpronomen via *Part-of-Speech-Tagging* (Bednarek & Caple, 2014) oder *Named Entity Recognition*, d. h. der automatischen Erkennung von Personen, Organisationen oder Orten, erhoben werden. Diktionäre, d. h. Wörterlisten, oder *Supervised Machine Learning*, vortrainierte Klassifikationsalgorithmen, kommen dafür zum Einsatz (Burggraaff & Trilling, 2020). Wie geografisch nah ein Ereignis dem Publikum ist (Nachrichtenfaktor: „Nähe"), kann durch das automatisierte Auslesen von Orten aus Texten berechnet werden (Watanabe, 2018). Wie die journalistische Darstellung von Ereignissen den Nachrichtenwert eines Ereignisses beeinflusst (Nachrichtenfaktor: „Negativität"), lässt sich durch Sentimentanalysen mittels Diktionären oder *Supervised Machine Learning* erfassen (Stine, 2019). Und schließlich lassen sich bereits publizierte Artikel zu einem Ereignis (Nachrichtenfaktor: „Kontinuität") über genannte Ähnlichkeitsanalysen identifizieren (Burggraaff & Trilling, 2020). Auch bei der Analyse von Nachrichtenfaktoren – soweit diese auf Basis der journalistischen Beschreibung eines Textes erfasst werden sollen –, kann die automatisierte Analyse also einen Mehrwert bieten.

Framing-Theorie

Eine weitere relevante Theorie ist die „Framing"-Theorie, v. a. im Hinblick auf Medien-Frames als inhaltsanalytisch erfassbare Deutungsrahmen (Scheufele & Engelmann, 2016). Es gibt dabei sowohl induktive als auch deduktive Verfahren der automatisierten Erfassung von Frames: Induktive Verfahren nutzen *Topic Modeling* zur Identifizierung von Themen der Berichterstattung, die anschließend durch Netzwerkanalysen (Walter & Ophir, 2019) oder Clusteranalysen (van der Meer et al., 2019) zu Frames verdichtet werden. Dabei sind diese Frames nicht im Vorhinein bekannt, sondern werden explorativ identifiziert. Deduktive Verfahren leiten Frames aus der Theorie ab, lassen das Vorkommen dieser in einem Trainingskorpus manuell codieren und identifizieren Frames in bisher unbekannten Texten durch *Supervised Machine Learning* (Burscher et al., 2014). Problematisch ist hier allerdings gerade bei induktiven Verfahren, dass Studien selten validieren, inwiefern das, was automatisierte Analysen als „Frame" identifizieren, tatsächlich dem journalismustheoretischen Verständnis eines Frames entspricht.

3.2. Grenzen der Methode für die Forschung

Obgleich die automatisierte Inhaltsanalyse klassische Variablen manueller Inhaltsanalysen automatisiert erfassen kann und mit einigen Fragestellungen und Theorien der Journalismusforschung vereinbar ist, schränken vier Aspekte die Aussagekraft und das Potential der Methode ein.

Fehlender theoretischer Kontext: Strittig ist, inwiefern automatisierte Analysen komplexere theoretische Konzepte hinreichend erfassen können. Ein bereits erwähntes Beispiel ist die induktive Analyse von Frames: Ob die durch automatisierte Verfahren gefundenen Frames (van der Meer et al., 2019; Walter & Ophir, 2019) dem journalismustheoretischen Verständnis von Frames entsprechen, wird bisher kaum validiert. Die Gleichsetzung automatisiert erfasster Frames mit dem theoretischen Verständnis von Frames in unserem Fach könnte zu einem weiteren Zerfransen des ohnehin eher uneinheitlichen Framing-Begriffes führen. In vielen Studien werden empirische Ergebnisse also nicht genügend vor dem Hintergrund theoretischer Annahmen diskutiert.

Ohne Syntax keine Semantik: Die meisten automatisierten Verfahren arbeiten mit dem genannten *Bag-of-Words*-Ansatz, bei dem die Reihenfolge und der Kontext von Wörtern ignoriert werden. Für viele Fragestellungen ist aber Syntax eine Voraussetzung für Semantik – d. h. der Satzbau hat einen Einfluss auf die Bedeutung eines Satzes und zu erfassender Inhalte. Studien der Journalismusforschung beschäftigen sich beispielsweise damit, welche Inhalte von welchen Akteur*innen im medialen Diskurs vorangetrieben werden (Agenda-Setting und -Building) oder wie bestimmte Akteur*innen von wem bewertet werden (Framing). In vielen Bereichen können automatisierte Verfahren Fragestellungen, die journalismustheoretisch von Interesse sind, also (noch nicht) mit genü-

© Boczek, Karin; Hase, Valerie (2020). Technische Innovation, theoretische Sackgasse? Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Lehre und Forschung. In: Schützeneder, J., Meier, K., Springer, N. (Hrsg.)
Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 117-128. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70828.

gend Tiefe untersuchen, auch wenn syntaktische Beziehungen zunehmend Einzug in Analysen erhalten (Fogel-Dror et al., 2019).

Fehlende Validierung: Der wichtigste Schritt automatisierter Analysen, die Validierung von Ergebnissen etwa durch Vergleich zu manuellen Codierungen, wird noch nicht zu Genüge durchgeführt (Song et al., 2020). Ein klassisches Beispiel für die Problematik mangelnder Validierung betrifft *Topic Modeling*. Hier werden Themen anhand von häufig gemeinsam vorkommenden Wörtern automatisch identifiziert. Ohne Prüfung der Validität – etwa durch manuelle Inspektion von Texten, in denen diese Themen mit hoher Wahrscheinlichkeit vorkommen – können Forschende, die sich nur auf die Ergebnisse der automatisierten Analyse verlassen, schnell zu Fehlinterpretationen darüber verleitet werden, welche Themen diese Wortlisten beschreiben (Quinn et al., 2010).

Fehlende Reliabilität: Zuletzt ist auch die automatisierte Analyse kein vollständig reliables Verfahren, selbst wenn das Verfahren durch die Syntax von Computerprogrammen scheinbar beliebig reproduzierbar scheint. Unabhängig von Entscheidungen bei der Bereinigung von Text, die Ergebnisse beeinflussen (Denny & Spirling, 2018), können Modelle zu lokalen Modi konvergieren, d. h. Ergebnisse können sich z. B. auf Basis von Starteinstellungen zwischen Rechnern unterscheiden (Roberts et al., 2016. Für die Kommunikationswissenschaft wäre es daher wichtig, sich ähnlich wie bei Intercoderwerten auf akzeptierte Reliabilitätsindizes und zugehörige Grenzwerte zu einigen, die zumindest bei der Codierung von Trainingsdatensätzen für *Supervised Machine Learning* auch zunehmend gefordert werden (Song et al., 2020).Ähnlich wie in der Journalismusforschung verschiedene Indizes existieren und sich der Grenzwert für akzeptable Intercoderwerte in einem gewissen Rahmen bewegen kann, wird es auch für automatisierte Analysen weder „den einen" Index noch „den einen" Grenzwert für reliable Analysen geben. Reliabilitätstests und -Ausweise verstärkt einzufordern, wäre jedoch auch eine Aufgabe für unser Fach, das diese Gütekriterien für manuelle Inhaltsanalysen mitentwickelt hat.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass automatisierte Inhaltsanalysen dann den größten Mehrwert bieten, wenn ihre Vorteile – etwa die vereinfachte Bereinigung durch Duplikatserkennung – mit den Vorteilen manueller Inhaltsanalysen – etwa der Detailtiefe der Analyse – kombiniert werden. Dabei sollte sowohl auf die theoretische Rückbindung der Operationalisierung als auch die Validität und Reliabilität automatisierter Analysen verstärkt geachtet werden. Die Journalismusforschung unterliegt also keinesfalls einer radikalen Neujustierung durch die automatisierte Inhaltsanalyse. Vielmehr sind ihre Theorien als Basis für automatisierte Analysen und ihre Gütekriterien als Messkriterien für die Validität und Reliabilität automatisierter Analysen gefragter denn je.

4. Lehre: Vermittlung automatisierter Inhaltsanalyse und ihre Herausforderungen

Nach einem Blick auf die mögliche Neujustierung der Forschung durch die automatisierte Inhaltsanalyse wird sich der folgende Abschnitt mit der Vermittlung der Methode in der Lehre und zugehörigen Problemen beschäftigen.

4.1 Beispielhaftes didaktisches Konzept für einen kompakten Workshop

Unsere Erfahrungen beruhen unter anderem auf einem Workshop zum Thema „Automatisierte Inhaltsanalyse" am Tag vor der Fachgruppentagung. Der Workshop war explizit auch für Teilnehmende ohne Vorkenntnisse geöffnet und umfasste ein Zeitfenster von drei Stunden sowie zwei Stunden für einen optionalen interaktiven Teil. Didaktisch bestand er aus fünf Elementen: (1) theoretische Einführung, (2) praktische Tutorials, (3) gemeinsames Vertiefen mit Expert*innen, (4) individuelles Vertiefen des Erlernten an eigenen Projekten mit Nachfragemöglichkeiten, (5) Syllabus zum Nachlesen.

Im Workshop wurde mit dem Statistikprogramm R anhand von frei verfügbaren Beispieldatensätzen von Wikinews[iv] gearbeitet. Alle Teilnehmenden bekamen vorher die Datensätze sowie R-Skripte gestellt, so dass sie den Code nicht während des Workshops mitschreiben mussten und sich aufs Zuhören und Ausprobieren konzentrieren konnten. Da der Workshop im Zweier-Team geleitet wurde, konnte die nicht vortragende Person bei spontanen Problemen der Teilnehmenden helfen. Nach einer theoretischen Einführung in die Logik der automatisierten Inhaltsanalyse lernten die Teilnehmenden in praktischen Tutorials das Einlesen und Bereinigen von Textdaten, einfache Frequenzanalysen und fortgeschrittene Methoden wie *Topic-Modeling* und

© Boczek, Karin; Hase, Valerie (2020). Technische Innovation, theoretische Sackgasse? Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Lehre und Forschung. In: Schützeneder, J., Meier, K., Springer, N. (Hrsg.)
Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 117-128. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70828.

Sentiment-Analysen kennen. Nach den Tutorials konnten sich die Teilnehmenden im optionalen Teil für ein Skype-Gespräch mit Expert*innen entscheiden. In den Videotelefonaten wurden Fragen zur praktischen Umsetzung automatisierter Inhaltsanalysen im Alltag von Forschenden besprochen.[v] Danach arbeiteten die Teilnehmenden in der Diskussion mit den Dozierenden und der Gruppe daran, das im Workshop erlernte auf eigene Forschungsfragen und Datensätze anzuwenden. Anschließend bekamen alle Teilnehmenden einen Syllabus mit einer Zusammenstellung von nützlicher Literatur zu den Methoden, der Anwendung dieser in empirischen Studien und praktischen Tutorials zur Vertiefung.[vi]

4.2 Herausforderungen für die Lehre

Auf Basis unserer Lehrerfahrungen werden wir im Folgenden thematisieren, welche Herausforderungen man bei der Lehre von Computational Methods, hier der automatisierten Inhaltsanalyse, beachten sollte.

Organisatorische Herausforderungen: Solange Kurse in automatisierter Inhaltsanalyse nicht fest in die Curricula für Journalistik-Studierende integriert sind, bleibt wenig Zeit für die (teilweise freiwillige) Methodenausbildung. Das Didaktikkonzept-Beispiel (siehe 4.1) zeigt, wie es möglich ist, in einem kurzen Zeitfenster einen Überblick über die automatisierte Inhaltsanalyse zu geben. Um die Zeitrestriktionen abzufangen, war es neben der Bereitstellung von Materialien vor und nach dem Kurs hilfreich, im Zweier-Team zu lehren, so dass die andere Person während des Vortrags und der Übungen dringende Fragen beantworten konnte.

Technische Herausforderungen: Bei der Software für automatisierte Inhaltsanalyse ist aktuell R in der Journalismusforschung dominant, obgleich andere Disziplinen weitere Programmiersprachen wie beispielsweise Python nutzen. Bei der Entscheidung für einzelne R-Pakete sollten sich Lehrende ganz bewusst mit Lock-In-Effekten beschäftigen, die dazu führen, dass Teilnehmenden und auch Lehrenden selbst dauerhaft bestimmte Analyse-Arbeitsabläufe verschlossen bleiben, die alternative R-Pakete geboten hätten (s. Link zum Workshop-Syllabus in den Fußnoten). Eine weitere Herausforderung ist es, dass der Einstieg in die eigentliche Methoden-Lehre durch den unterschiedlichen Wissensstand der Teilnehmenden in Bezug auf R erschwert wird. Unserer Erfahrung nach dauert es relativ lange bis die Teilnehmenden auf alle benötigen Dateien in R zugreifen können, um den inhaltlichen Aspekten zu folgen. Dies wird zusätzlich erschwert, wenn die Teilnehmenden mit eigenen Laptops und damit unterschiedlichen Systemvoraussetzungen und Betriebssystemen arbeiten. Beispielsweise muss das R-Working-Directory auf Mac und Windows anders angesteuert werden, was auch im Skript durch die Teilnehmenden angepasst werden muss. Diese Herausforderung kann dadurch abgemildert werden, dass es einen vorgeschalteten R-Kurs für alle Teilnehmenden gibt, die wenig Vorerfahrung mit dem Programm haben.

Didaktische Herausforderungen: Der heterogene Wissenstand der Kursteilnehmenden ist auch die größte didaktische Herausforderung bei Methodenkursen, weil die Motivation schnell sinkt, wenn der Fortschritt zu schnell oder zu langsam ist. Um ihr zu begegnen, kann die flexible Vor- und Nacharbeit mit einem Syllabus helfen. Außerdem kann es nützlich sein, Teilnehmende mit unterschiedlichem Wissensstand in eine Gruppe einzuteilen, sodass diese sich gegenseitig helfen können. Zusätzlich ist es wichtig, bei aufeinander aufbauenden Elementen Wiedereinstiegsmöglichkeiten für die Teilnehmenden zu schaffen, beispielsweise indem nach einer Übung zur Datenbereinigung ein bereinigter Datensatz bereitgestellt wird, mit dem alle weiterarbeiten können, die nicht mitgekommen sind.

Bei neuen Verfahren der automatisierten Inhaltsanalyse ist es häufig so, dass auch die Lehrenden selbst nicht alltäglich mit R-Paketen, Techniken und Tools arbeiten. Um trotzdem tiefergehende Erfahrungen zu aktuellen Entwicklungen und Methoden zu vermitteln, können Skype-Gespräche mit Expert*innen helfen. Allerdings braucht es auch dafür Ressourcen – sei es in Form von Bezahlung oder Zeit der wenigen ausgebildeten Kolleg*innen in diesem Bereich, die ihr Fachwissen oft unentgeltlich weitergeben.

5. Zusammenfassung

Insgesamt zeigt der Beitrag, dass die automatisierte Inhaltsanalyse bei Beachtung ihrer Grenzen eine methodische Erweiterung für die Journalismus-forschung bedeuten kann. Dazu bedarf es keiner Neujustierung der Disziplin, weil viele Verfahren der Methode mit bestehenden Journalismustheorien integrierbar sind, sondern nur einer Einigung auf gemeinsame Standards bei ihrer Nutzung.

© Boczek, Karin; Hase, Valerie (2020). Technische Innovation, theoretische Sackgasse? Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Lehre und Forschung. In: Schützeneder, J., Meier, K., Springer, N. (Hrsg.)
Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 117-128. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70828.

In der Lehre muss sich die Journalistik auf die Vermittlung dieser Methode neu einstellen. Diese Neujustierung der Lehre sollte beinhalten, dass sich alle Studierenden und Wissenschaftler*innen im Laufe ihrer Ausbildung mit automatisierter Inhaltsanalyse beschäftigen können. Aktuell ist dies an vielen Hochschulen noch nicht ausreichend der Fall, da es zumindest in der Journalismusforschung noch kein etabliertes Angebot an Lehre in diesem Bereich gibt. In einer digitalen Gesellschaft sind Studierende wie Forschende mit diesem Wissen besser für den Arbeitsmarkt in Journalismus und Forschung vorbereitet, der in Stellenausschreibungen verstärkt eine Ausbildung in Programmierkenntnissen und Computational Methods nachfragt.

6. Literatur

Bednarek, M., & Caple, H. (2014). Why do news values matter? Towards a new methodological framework for analysing news discourse in critical discourse analysis and beyond. *Discourse & Society*, *25*(2), 135–158. https://doi.org/10.1177/0957926513516041

Benoit, K., Laver, M., & Mikhaylov, S. (2009). Treating word as data with error: Uncertainty in text statements of policy positions. *American Journal of Political Science, 53*(2), 495–513. https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2009.00383.x

Biermann, K., Blickle, P., Drongowski, R., Ehmann, A., Erdmann, E., Gortana, F., Lindhoff, A., Möller, C., Rauscher, C., Scheying, S., Schlieben, M., Stahnke, J., Tröger, J., & Venohr, S. (2019). 70 Jahre Bundestag: Darüber spricht der Bundestag. *Die Zeit*. https://www.zeit.de/politik/deutschland/2019-09/bundestag-jubilaeum-70-jahre-parlament-reden-woerter-sprache-wandel

Boumans, J. W., & Trilling, D. (2016). Taking stock of the toolkit: An overview of relevant automated content analysis approaches and techniques for digital journalism scholars. *Digital Journalism*, *4*(1), 8–23. https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096598

Boukes, M., van de Velde, B., Araujo, T., & Vliegenthart, R. (2020). What's the tone? Easy doesn't do it: Analyzing performance and agreement between off-the-shelf sentiment analysis tools. *Communication Methods and Measures*, *14*(2), 83–104. https://doi.org/10.1080/19312458.2019.1671966

Brunner, K., Ebitsch, S., Hildebrand, K., & Schories, M. (2019). Blaue Bücher, rosa Bücher. *Süddeutsche.de*https://projekte.sueddeutsche.de/artikel/kultur/gender-wie-gleichberechtigt-sind-kinderbuecher-e970817/

Burggraaff, C., & Trilling, D. (2020). Through a different gate: An automated content analysis of how online news and print news differ. *Journalism*, *21*(1), 112–129. https://doi.org/10.1177/1464884917716699

Burscher, B., Odijk, D., Vliegenthart, R., de Rijke, M., & de Vreese, C. H. (2014). Teaching the computer to code frames in news: Comparing two supervised machine learning approaches to frame analysis. *Communication Methods and Measures*, *8*(3), 190–206. https://doi.org/10.1080/19312458.2014.937527

Denny, M. J., & Spirling, A. (2018). Text preprocessing for unsupervised learning: Why it matters, when it misleads, and what to do about it. *Political Analysis*, *26*(2), 168–189. https://doi.org/10.1017/pan.2017.44

Eilders, C. (2016). Journalismus und Nachrichtenwert. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 431–442). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18966-6

Fogel-Dror, Y., Shenhav, S. R., Sheafer, T., & Van Atteveldt, W. (2019). Role-based association of verbs, actions, and sentiments with entities in political discourse. *Communication Methods and Measures*, *13*(2), 69–82. https://doi.org/10.1080/19312458.2018.1536973

Grimmer, J., & Stewart, B. M. (2013). Text as data: The promise and pitfalls of automatic content analysis methods for political texts. *Political Analysis*, *21*(3), 267–297. https://doi.org/10.1093/pan/mps028

De Grove, F., Boghe, K., & de Marez, L. (2020). (What) can journalism studies learn from supervised machine learning? *Journalism Studies, 21*(7), 912–927. https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1743737

Günther, E., & Quandt, T. (2016). Word counts and topic models. *Digital Journalism*, *4*(1), 75–88. https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1093270

© Boczek, Karin; Hase, Valerie (2020). Technische Innovation, theoretische Sackgasse? Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Lehre und Forschung. In: Schützeneder, J., Meier, K., Springer, N. (Hrsg.)
Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 117-128. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70828.

Hase, V. (im Druck). Automated content analysis. In F. Oehmer, S. H. Kessler, E. Humprecht, K. Sommer, & L. Castro Herrero (Hrgs.), *Handbook of standardized content analysis: Applied designs to research fields of communication science*. Springer VS.

Hase, V., Engelke, K., & Kieslich, K. (2020). The things we fear. Combining automated and manual content analysis to uncover themes, topics and threats in fear-related news. *Journalism Studies*, *21*(10), 1384–1402. https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1753092

Lind, F., Eberl, J.-M., Heidenreich, T., & Boomgaarden, H. G. (2019). When the journey is as important as the goal: A roadmap to multilingual dictionary construction. *International Journal of Communication*, *13*, 4000–4020.

Löffelholz, M., & Rothenberger, L. (2016). *Handbuch Journalismustheorien*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18966-6

Maier, D., Waldherr, A., Miltner, P., Wiedemann, G., Niekler, A., Keinert, A., Pfetsch, B., Heyer, G., Reber, U., Häussler, T., Schmid-Petri, H., & Adam, S. (2018). Applying LDA topic modeling in communication research: Toward a valid and reliable methodology. *Communication Methods and Measures*, *12*(2–3), 93–118. https://doi.org/10.1080/19312458.2018.1430754

Manning, C. D., Raghavan, P., & Schütze, H. (2008). *Introduction to information retrieval*. Cambridge.

Marrero, M., Urbano, J., Sánchez-Cuadrado, S., Morato, J., & Gómez-Berbís, J. M. (2013). Named Entity Recognition: Fallacies, challenges and opportunities. *Computer Standards & Interfaces*, *35*(5), 482–489. https://doi.org/10.1016/j.csi.2012.09.004

Maurer, M. (2016). Journalismus und Agenda-Setting. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 419–430). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18966-6

Mirończuk, M. M., & Protasiewicz, J. (2018). A recent overview of the state-of-the-art elements of text classification. *Expert Systems with Applications*, *106*, 36–54. https://doi.org/10.1016/j.eswa.2018.03.058

Monroe, B. L., Colaresi, M. P., & Quinn, K. M. (2008). Fightin' words: Lexical feature selection and evaluation for identifying the content of political conflict. *Political Analysis, 16*(4), 372–403. https://doi.org/10.1093/pan/mpn018

Mozer, R., Miratrix, L., Kaufman, A. R., & Jason Anastasopoulos, L. (2020). Matching with text data: An experimental evaluation of methods for matching documents and of measuring match quality. *Political Analysis*. Advance online publication. https://doi.org/10.1017/pan.2020.1

Muddiman, A., McGregor, S. C., & Stroud, N. J. (2019). (Re)claiming our expertise: Parsing large text corpora with manually validated and organic dictionaries. *Political Communication*, *36*(2), 214–226. https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1517843

Nicholls, T. (2019). Detecting textual reuse in news stories, at scale. *International Journal of Communication*, *13*, 4173–4197.

Ophir, Y., Walter, D., & Marchant, E. R. (2020). A collaborative way of knowing: Bridging computational communication research and grounded theory ethnography. *Journal of Communication*, *70*(3), 447–472. https://doi.org/10.1093/joc/jqaa013

Quinn, K. M., Monroe, B. L., Colaresi, M., Crespin, M. H., & Radev, D. R. (2010). How to analyze political attention with minimal assumptions and costs. *American Journal of Political Science*, *54*(1), 209–228. https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2009.00427.x

Roberts, M. E., Stewart, B. M., & Tingley, D. (2016). Navigating the local modes of big data: The case of topic models. In R. M. Alvarez (Hrsg.), Computational Social Science (S. 51–97). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9781316257340.004

Rosengren, K. E. (1974). International news: Methods, data and theory. *Journal of Peace Research*, *11*(2), 145–156. https://doi.org/10.1177/002234337401100208

Scharkow, M. (2012). *Automatische Inhaltsanalyse und maschinelles Lernen*. http://www.epubli.de/shop/buch/2000000013459

© Boczek, Karin; Hase, Valerie (2020). Technische Innovation, theoretische Sackgasse? Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Lehre und Forschung. In: Schützeneder, J., Meier, K., Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 117-128. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70828.

Scheufele, B., & Engelmann, I. (2016). Journalismus und Framing. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 443–456). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18966-6

Song, H., Tolochko, P., Eberl, J.-M., Eisele, O., Greussing, E., Heidenreich, T., Lind, F., Galyga, S., & Boomgaarden, H. G. (2020). In validations we trust? The impact of imperfect human annotations as a gold standard on the quality of validation of automated content analysis. *Political Communication*. Advance online publication. https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723752

Stine, R. A. (2019). Sentiment Analysis. *Annual Review of Statistics and Its Application*, *6*(1), 287–308. https://doi.org/10.1146/annurevstatistics-030718-105242

Trilling, D., & Jonkman, J. G. F. (2018). Scaling up content analysis. *Communication Methods and Measures*, *12*(2–3), 158–174. https://doi.org/10.1080/19312458.2018.1447655

van der Meer, T. G. L. A., Kroon, A. C., Verhoeven, P., & Jonkman, J. (2019). Mediatization and the disproportionate attention to negative news: The case of airplane crashes. *Journalism Studies*, *20*(6), 783–803. https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1423632

Vogler, D., & Schäfer, M. S. (2020). Growing influence of university PR on science news coverage? A longitudinal automated content analysis of university media releases and newspaper coverage in Switzerland, 2003-2017. *International Journal of Communication*, *14*, 3143–3164.

Waldherr, A., Wehden, L.-O., Stoltenberg, D., Miltner, P., Ostner, S., & Pfetsch, B. (2019). Induktive Kategorienbildung in der Inhaltsanalyse: Kombination automatischer und manueller Verfahren. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, *20*(1). https://doi.org/10.17169/fqs-20.1.3058

Walter, D., & Ophir, Y. (2019). News frame analysis: An inductive mixed-method computational approach. *Communication Methods and Measures*, *13*(4), 248–266. https://doi.org/10.1080/19312458.2019.1639145

Watanabe, K. (2018). Newsmap: A semi-supervised approach to geographical news classification. *Digital Journalism*, *6*(3), 294–309. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1293487

Welbers, K., Atteveldt, W. V., & Benoit, K. (2017). Text analysis in R. *Communication Methods and Measures*, *11*(4), 245–265. https://doi.org/10.1080/19312458.2017.1387238

Welbers, K., van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., & Ruigrok, N. (2018). A gatekeeper among gatekeepers: News agency influence in print and online newspapers in the Netherlands. *Journalism Studies*, *19*(3), 315–333. https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1190663

Wilkerson, J., & Casas, A. (2017). Large-scale computerized text analysis in political science: Opportunities and challenges. *Annual Review of Political Science*, 20, 529–544. https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-052615-025542

Fußnoten:

[i] Der Workshop wurde vom Nachwuchsnetzwerk Journalismusforschung (NaJoFo) veranstaltet und fand im Rahmen der DGPuK-Fachgruppentagung Journalistik/Journalismusforschung 2019 statt.

[ii] Neuere Verfahren bieten komplexere Varianten der Feature-Auswahl, indem etwa n-grams (zwei, drei oder mehr aufeinander folgende Wörter) einbezogen werden oder Features auf Basis von Part-of-Speech Tagging (d. h. ihrer Funktion im Satz) ausgewählt werden. Auf diese und weitere Möglichkeiten der Feature-Auswahl wird hier der Einfachheit halber nicht eingegangen (Monroe et al., 2008)

[iii] Ein zweiter traditioneller Ansatz der Nachrichtenwertforschung wäre der Vergleich der Berichterstattung mit Extra-Media-Daten (Rosengren, 1974), z. B. der Abgleich terroristischer Anschläge laut einer externen Datenbank mit medialer Berichterstattung.

[iv] https://de.wikinews.org/wiki/Hauptseite

[v] Ein herzliches Dankeschön für die Bereitschaft zur Teilnahme an diesem Experiment an Cornelius Puschmann (Bremen), Anke Stoll (Düsseldorf) und Martin Wettstein (Zürich)!

[vi] Der Syllabus ist unter diesem Link zu finden: https://github.com/valeriehase/automatisierteIA_DGPuK

© Boczek, Karin; Hase, Valerie (2020). Technische Innovation, theoretische Sackgasse? Chancen und Grenzen der automatisierten Inhaltsanalyse in Lehre und Forschung. In: Schützeneder, J., Meier, K., Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 117-128. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70828.

Institutionalisierte Interdisziplinarität: Chancen für die Neujustierung der Journalismusforschung in einer digitalisierten Welt

Bernadette Uth, Bernd Blöbaum, Laura Badura, Katherine M. Engelke

Universität Münster

Zusammenfassung

Interdisziplinarität hat in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung gewonnen und wird häufig als Zielvorstellung wissenschaftlicher Forschung und Projekte definiert. Unklarheit besteht allerdings dahingehend, wie Interdisziplinarität definiert wird und welche Faktoren es in der Umsetzung von interdisziplinären Kooperationen zu beachten gibt. Die Journalismusforschung ist in hohem Maße für interdisziplinäre Projekte geeignet und bietet diverse Ansatzpunkte für die Kooperation mit anderen wissenschaftlichen Disziplinen. Richtig organisiert kann die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Disziplinen vielfältige Chancen für die Journalismusforschung bieten – sie bringt allerdings auch Herausforderungen mit sich, die es zu bewältigen gilt. Im Rahmen dieses Beitrags werden die Chancen und Herausforderungen interdisziplinärer Kooperationen in und für die Journalismusforschung auf Basis der in einem seit ca. 2010 laufenden Forschungsprogramm gemachten Erfahrungen reflektiert und kritisch diskutiert.

Keywords: Interdisziplinarität, Journalismusforschung, Kooperation, Graduiertenkolleg, Theorie und Praxis

© Bernadette Uth, Bernd Blöbaum, Laura Badura, Katherine M. Engelke (2020). Institutionalisierte Interdisziplinarität: Chancen für die Neujustierung der Journalismusforschung in einer digitalisierten Welt. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 129-139. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70829.

Summary

Interdisciplinarity has become increasingly important over the last few years and is often defined as the objective of scientific research and projects. However, there is no clear consensus on how to define the concept of interdisciplinarity and what factors need to be considered when organizing and implementing interdisciplinary cooperations. Journalism research is highly suitable for interdisciplinary projects and offers various starting points for the cooperation with other scientific disciplines. Properly organized, cooperation between different disciplines can offer a wide range of opportunities for journalism research - but also poses a few challenges that need to be overcome. This article reflects and critically discusses the opportunities and challenges of interdisciplinary cooperations in and for journalism research, based on the experiences gained in a research program that has been running since about 2010.

Keywords: Interdisciplinarity, journalism research, cooperation, research training group, theory and practice

© Bernadette Uth, Bernd Blöbaum, Laura Badura, Katherine M. Engelke (2020). Institutionalisierte Interdisziplinarität: Chancen für die Neujustierung der Journalismusforschung in einer digitalisierten Welt. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 129-139. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70829.

Interdisziplinarität! Interdisziplinarität?

Ob etwas als wissenschaftliche Problemstellung angesehen wird, ist unter anderem daran erkennbar, wie intensiv darüber in der Scientific Community diskutiert wird. *Interdisziplinarität* ist so ein Fall. In den vergangenen Jahren sind einige Werke erschienen, die Interdisziplinarität praktisch, analytisch und konzeptionell-theoretisch ausloten (siehe bspw. Hoff & Korber, 2017; Jungert, Romfeld, Sukopp & Voigt, 2013). Das Spektrum der Auseinandersetzung mit Interdisziplinarität ist vielfältig und reicht von Reflexionen des Konzeptes aus der Perspektive einzelner wissenschaftlicher Disziplinen über eher wissenschaftstheoretische Überlegungen bis hin zur praktischen Umsetzung des Konzeptes im Forschungs- und Lehralltag. Vielzählige Tagungsaktivitäten, die unter dem Leitwort der Interdisziplinarität organisiert werden, verdeutlichen die praktische Relevanz und den Stellenwert, den Interdisziplinarität mittlerweile in diversen Forschungsdisziplinen innehat. In der jüngeren Vergangenheit sind erste Fachzeitschriften entstanden, die explizit interdisziplinär ausgerichtet sind und der interdisziplinären Forschung Raum geben sowie Plattformen für im Verbund arbeitende Wissenschaftler*innen schaffen.

Interdisziplinarität ist in der wissenschaftlichen Praxis verbreitet und wird auch häufig als Zielvorstellung artikuliert. Aber warum ist bzw. erscheint Interdisziplinarität so wichtig?

- Differenzierung wissenschaftlicher Disziplinen: Infolge der Binnendifferenzierung wissenschaftlicher Fächer fällt es immer schwerer, Disziplinen in ihrer kognitiven, sozialen und historischen Identität zu erkennen (Lepenies, 1981a, 1981b; Stichweh, 1984). Der Ruf nach Interdisziplinarität ist eine Reaktion auf die kleinteilige Subdisziplin-Bildung (Feichtinger, Mitterbauer & Scherke, 2004).

- Komplexität gesellschaftlicher Problemlagen: In vielen gesellschaftlichen Subsystemen (vor allem in der Politik) wächst die Erkenntnis, dass aktuelle soziale und globale Herausforderungen multidimensional sind und deshalb einer Bearbeitung aus mehreren Perspektiven bedürfen: Migration, gesellschaftlicher Zusammenhalt, demografischer Wandel, Digitalisierung, Klimawandel oder Gesundheitsthemen wie die Corona-Pandemie. Die Gesellschaft steht vor „großen gesellschaftlichen Herausforderungen“ (Wissenschaftsrat, 2015, S. 5) und Fragestellungen, die derart vielschichtig sind, dass eine ausschließlich fachbezogene Betrachtung nicht mehr ausreicht, um Phänomene und Entwicklungen zu erfassen und zu beschreiben. Zur umfassenden Beantwortung zahlreicher gesamtgesellschaftlicher Fragestellungen ist interdisziplinäre Zusammenarbeit von Wissenschaftler*innen, die verschiedene Perspektiven einbringen, unabdingbar. Dabei sind Kooperationen gefordert, die über Fachgrenzen hinausgehen. Interdisziplinarität zielt somit auf „die Aufhebung erkenntnishemmender Phänomene des modernen Wissenschaftsbetriebes“ (Feichtinger et al., 2004, S. 12) ab, verursacht durch die bereits angesprochene Differenzierung und Spezialisierung der Fachgebiete.

Diese Zielvorstellungen beeinflussen auch den Forschungserfolg; so spiegeln sie sich beispielsweise in vielen größeren und koordinierten Forschungsprogrammen wider, in denen disziplinübergreifende Zusammenarbeit entweder explizit gefordert oder zumindest gewünscht wird. Der Erfolg bei der Einwerbung von Drittmitteln hängt auch davon ab, inwieweit Antragsteller*innen verdeutlichen können, über ihr Fach hinaus zu kooperieren. So ist als ein Programmziel bei DFG-Schwerpunktprogrammen festgelegt: „Schaffung eines Mehrwerts durch fachübergreifende Zusammenarbeit (Interdisziplinarität)“ (Deutsche Forschungsgemeinschaft, 2019b). Sonderforschungsbereiche fördern die Zusammenarbeit von „Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler[n] im Rahmen eines fächerübergreifenden Forschungsprogramms“ und führen „interdisziplinäre Kooperation“ explizit als „Ziel der Förderung“ an (Deutsche Forschungsgemeinschaft, 2020). Und für DFG-Graduiertenkollegs wird formuliert: „Eine interdisziplinäre Ausrichtung der Graduiertenkollegs ist erwünscht.“ (Deutsche Forschungsgemeinschaft, 2019a) In den europäischen Forschungsprogrammen finden sich ähnliche Anforderungen. Diese Institutionalisierung fördert wiederum die Prominenz der Interdisziplinarität.

Was ist Interdisziplinarität? Was bedeutet interdisziplinäre Forschung? Dass dazu keine konsentierte Definition vorliegt (Röhlig, 2018) und stattdessen ganz unterschiedliche Verständnisse existieren, erleichtert interdisziplinäres Arbeiten gewiss nicht: nicht für diejenigen, die Forschungsprojekte ausloben, nicht für die potentiellen Antragsteller*innen, nicht für die Gutachter*innen, die Interdisziplinarität bewerten sollen – und ebenso wenig für die Wissenschaft-

© Bernadette Uth, Bernd Blöbaum, Laura Badura, Katherine M. Engelke (2020). Institutionalisierte Interdisziplinarität: Chancen für die Neujustierung der Journalismusforschung in einer digitalisierten Welt. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 129-139. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70829.

ler*innen, die dann in solchen Projekten Erkenntnisse liefern sollen.

In der Literatur finden sich zahlreiche Begriffe und Auffassungen zu Interdisziplinarität: Multidisziplinarität, Pluridisziplinarität, Crossdisziplinarität, Transdisziplinarität, Interdisziplinarität (siehe bspw. Jungert, 2013; Mittelstrass, 2018). Dabei geht es immer um ein spezifisches Nebeneinander wissenschaftlicher Disziplinen (Gethmann et al., 2015). Auch der Interdisziplinaritätsbegriff selbst wird in Sub-Elemente zerlegt. Heckhausen (1972, S. 87-89) nennt sechs verschiedene Formen, unter anderem jene der „*Hilfsinterdisziplinarität*“: Dabei geht es um die Integration fachfremder Methoden in die eigene Disziplin, ohne dass sich das analytische Niveau der eigenen Disziplin verändert, beispielsweise wenn in der Kommunikationswissenschaft ein experimentelles Design aus der Psychologie genutzt wird oder Analysemethoden aus der Computerlinguistik adaptiert werden. Kommunikationswissenschaftler*innen greifen immer wieder auf methodische Anregungen anderer Fächer zurück, wie jüngst durch die Konstituierung der Interest Group „Computational Methods“ der International Communication Association (ICA), einer der zentralen internationalen Fachgesellschaften, verdeutlicht wurde. Für die Kommunikationswissenschaft ist festzuhalten, dass die eingesetzten empirischen Verfahren aus diesem Methodenimport oft bereits eine Eigenständigkeit im Fach erreicht haben (Scholl, 2001; siehe für eine Übersicht hierzu auch bspw. Karlsson & Sjøvaag, 2016).

„*Zusammengesetzte Interdisziplinarität*“ meint das unverbundene Arbeiten verschiedener Disziplinen zu einem wissenschaftlichen (oder gesellschaftlichen) Problem, ohne dass man aufeinander eingeht, ohne dass die Perspektiven anderer beteiligter Fächer berücksichtigt werden – also ein Nebeneinander der Disziplinen ohne direkte Berührungspunkte (Heckhausen, 1972). So haben jahrelang naturwissenschaftliche, verhaltenswissenschaftliche und sozialwissenschaftliche Fächer unabhängig voneinander zu Veränderungen einzelner Aspekte von Natur, Ökologie und Lebensformen gearbeitet. Erst in jüngerer Zeit wurden diese Teilaspekte in der Klimaforschung zusammengebracht.

„*Vereinigende Interdisziplinarität*“ steht schließlich, gewissermaßen als höchste Stufe, für eine Verschmelzung des theoretischen Integrationsniveaus und der Methoden verschiedener Fächer (Heckhausen, 1972). Diese Form der Interdisziplinarität soll im Fokus dieses Beitrags stehen.

Das Verhältnis von Journalismusforschung und Interdisziplinarität

Hanitzsch und Engesser (2014) charakterisieren die Journalismusforschung als „Integrationsdisziplin“ (S. 137): Die Bearbeitung des Forschungsgegenstands Journalismus fußt in starkem Maße auf theoretischen und methodischen Erkenntnissen und Verfahren anderer Fächer. Theoretische Beschreibungen des Journalismus seit den 1980er Jahren bedienen sich bei diversen Theorien sozialwissenschaftlicher Fächer (Löffelholz & Rothenberger, 2016; Meier, 2018), als Beispiele seien hier die Systemtheorie von Parsons (2009) und Luhmann (2018), die Handlungstheorien, die Strukturationstheorie von Giddens (1984), die Feldtheorie von Bourdieu (2012) und die Strukturdynamik von Schimank (2016) genannt.

Und auch das Methodenrepertoire der Journalismusforschung lehnt sich stark an dem an, was in anderen Disziplinen entwickelt wurde (Scholl, 2001): Befragungen, Experimente und Beobachtungen sind Beispiele. Scholl (2001, S. 212) beschreibt allein die Inhaltsanalyse als „eine genuin kommunikationswissenschaftliche Methode“. Mittlerweile wurde auch diese Methode um automatisierte Verfahren aus anderen Fächern ergänzt und in der Journalismusforschung in vielfältiger Weise angewandt (siehe beispielsweise Haßler, Maurer & Holbach, 2014; sowie den Aufsatz von Hase & Boczek in diesem Band). Sowohl für Theorie als auch für Methoden gilt allerdings: Nach der Phase der reinen Übernahme ist die Journalismusforschung (wie die Kommunikationswissenschaft insgesamt) in eine Adaptionsphase getreten: Methoden werden spezifischen Bedürfnissen nicht nur angepasst, sondern eigenständig weiterentwickelt (Scholl, 2001). Dies gilt – vielleicht etwas weniger – auch für Theorien zum Journalismus. Während sich die Journalismusforschung (durch die Übernahme von Theorien) also bisher weitgehend im Bereich der Hilfsinterdisziplinarität bewegt hat, steht jetzt der Übergang zu den anderen Formen der Interdisziplinarität („Vereinigende Interdisziplinarität“) an.

Interdisziplinarität bringt sowohl Herausforderungen als auch Chancen für die Journalismusforschung und den wissenschaftlichen Alltag mit sich, die es bei der Umsetzung erfolgreicher und gewinnbringender Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Disziplinen zu beachten gilt. Vor diesem Hintergrund möchten wir

© Bernadette Uth, Bernd Blöbaum, Laura Badura, Katherine M. Engelke (2020). Institutionalisierte Interdisziplinarität: Chancen für die Neujustierung der Journalismusforschung in einer digitalisierten Welt. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 129-139. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70829.

im Folgenden einige Erfahrungen in Bezug auf Interdisziplinarität reflektieren, die wir seit ca. 2010 in einem interdisziplinären Forschungsprogramm machen, das nach einer gut zweijährigen Vorbereitungsphase ab 2012 die Arbeit aufnahm. Im DFG-Graduiertenkolleg „Vertrauen und Kommunikation in einer digitalisierten Welt" kooperieren Antragsteller*innen und Kollegiat*innen aus den Fächern Kommunikationswissenschaft, Psychologie, Wirtschaftswissenschaft, Wirtschaftsinformatik und Sportwissenschaft[1]. Das Forschungsprogramm des Kollegs ist darauf ausgerichtet, zu untersuchen, wie sich unter den Bedingungen digitaler, medial vermittelter Kommunikation in den gesellschaftlichen Feldern Medien, Wissenschaft, Wirtschaft und Sport Vertrauen herstellen und aufrechterhalten lässt. Teil des Kollegs ist ein obligatorisches Qualifizierungsprogramm, in dem die jeweils ca. 15 Doktorand*innen einer Kohorte während der dreijährigen Promotionsphase Angebote zu Theorie, Methoden, Didaktik und Soft Skills besuchen, an wissenschaftlichen Tagungen im In- und Ausland teilnehmen, oft mit internationalen Mentor*innen zusammenarbeiten und bei Bedarf Forschungsaufenthalte an anderen Einrichtungen realisieren können. Gastwissenschaftler*innen und eine regelmäßige Late Autumn School dienen der Vernetzung und dem wissenschaftlichen Austausch ebenso wie Kolloquien mit Doktorand*innen und Promotionsbetreuer*innen.

Die Chancen und Herausforderungen von Interdisziplinarität werden in der folgenden Darstellung grob auf vier Bereiche heruntergebrochen: Wissenschaftliche Problemstellung, Forschungsdesign, Forschungsorganisation sowie Karriereplanung. Diese vier Bausteine werden auf Basis der praktischen Erfahrungen im Graduiertenkolleg beleuchtet und reflektiert. Dies erfolgt aus zwei Perspektiven: Einerseits aus Perspektive eines Antragstellers und Sprechers des interdisziplinären Projektes (Bernd Blöbaum) sowie andererseits aus Sicht von Doktorandinnen des Kollegs (Laura Badura, Bernadette Uth) und einer ehemaligen Doktorandin und Qualifizierungsstipendiatin (Katherine M. Engelke).

Interdisziplinarität und wissenschaftliche Problemstellung

Die wissenschaftliche Problemstellung gibt vor, ob disziplinär oder interdisziplinär geforscht wird. Wenn man beispielsweise wissen möchte, wie Redaktionen aktueller Massenmedien in Deutschland mit Online-Kommentaren umgehen oder wie in Newsrooms Publikumsdaten verarbeitet werden, bietet die Journalismusforschung sehr gute theoretische, konzeptionelle und methodische Zugänge, um diese Themen zu bearbeiten – beispielsweise Redaktionsbeobachtungen zur Erforschung der entsprechenden journalistischen Routinen. Eine Kooperation mit anderen Disziplinen ist zur Beantwortung derartiger Fragestellungen nicht erforderlich. Ist das Forschungsproblem jedoch weiter gefasst, bietet sich eine fächerübergreifende Zusammenarbeit an. Vertrauen und Kommunikation unter dem Gesichtspunkt der Digitalisierung ist dafür ein Beispiel. Die übergeordnete Forschungsfrage des Graduiertenkollegs – Wie kann unter den Bedingungen von Digitalisierung Vertrauen entwickelt und aufrechterhalten werden? – adressiert ein breites Themenfeld, welches Relevanz für vielfältige Forschungsrichtungen aufweist. Die Herausforderung bei interdisziplinären Forschungsprojekten besteht darin, ein Forschungsfeld zu identifizieren, welches die Untersuchung aus diversen fachlichen Perspektiven nicht nur zwingend (oder vordergründig) notwendig macht, sondern auch ermöglicht. Dazu müssen sinnvolle Analyseebenen und Bereiche mit entsprechenden Fragestellungen entwickelt werden. Die Identifikation und Konfiguration von Fragestellungen mit der richtigen Reichweite für eine gewinnbringende interdisziplinäre Bearbeitung ist keine triviale Herausforderung.

Das Konzept Vertrauen erfüllt die genannten Aspekte: Zunächst war es als Thema in der Journalismusforschung zu Beginn der Projektlaufzeit noch nicht sehr intensiv erforscht und auch keines der anderen am Graduiertenkolleg beteiligten Fächer hatte Vertrauen als Grundbegriff oder Konzept ausführlich bearbeitet. Vertrauen ist somit nicht bereits durch eine fachspezifische Logik geprägt, zugleich jedoch für alle am Kolleg beteiligten Fächer ein relevantes Konstrukt. Damit bildet das Themenfeld Vertrauen eine vielversprechende Basis für interdisziplinäre Zusammenarbeit.

Nach der Problemdefinition beziehungsweise der Themenfindung als Basis für die interdisziplinäre Zusammenarbeit folgt die Entwicklung eines konkreten Forschungsdesigns.

Interdisziplinarität und Forschungsdesign

Während schon die Verständigung auf ein Forschungsfeld nicht einfach ist, stellt insbesondere die

© Bernadette Uth, Bernd Blöbaum, Laura Badura, Katherine M. Engelke (2020). Institutionalisierte Interdisziplinarität: Chancen für die Neujustierung der Journalismusforschung in einer digitalisierten Welt. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 129-139. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70829.

Entwicklung des Forschungsdesigns unserer Erfahrung nach eine große Herausforderung dar.

Die Grundlagen für die Entwicklung des Forschungsdesigns liegen in der definitorischen Festlegung der dem Forschungsfeld zugrunde liegenden Grundbegriffe sowie der Basistheorien, auf denen die interdisziplinäre Zusammenarbeit aufbauen soll. Hier ist es von Vorteil, wenn die Terminologie – wie im Fall von Vertrauen – in keinem der beteiligten Fächer bereits als Grundbegriff, der wissenschaftlich ausbuchstabiert ist, ausgearbeitet ist. Dies vereinfacht die Verständigung über Fächergrenzen und vermeidet Konflikte über individuelle Sichtweisen auf das Forschungsthema, die schlimmstenfalls konträr ausfallen und so die Zusammenarbeit gefährden können.

Eine intensive und fundierte Auseinandersetzung mit einem Forschungsfeld erfordert übergeordnete Theorien, die meist einzelnen Fachperspektiven zuzurechnen sind. Hier gilt es, bereits zu Beginn der Forschungsvorhaben einen konzeptionellen Nenner festzusetzen, auf dem alle Forschungsprojekte aus den einzelnen Disziplinen aufbauen können. Relevant ist an dieser Stelle also die Identifikation einer möglichst anschlussfähigen theoretischen Basis, die für alle beteiligten Disziplinen gleichermaßen zugänglich ist.

Bei der Organisation des Forschungsdesigns für den Antrag des DFG-Graduiertenkollegs wurde schnell deutlich, dass die Perspektiven auf die Essenz und Definition eines Forschungsgegenstandes sowie die Herangehensweise an den Forschungsprozess zwischen den einzelnen Disziplinen teilweise stark divergieren. Wie bringt man derart diverse Sichtweisen zusammen? Das ist zunächst einmal eine soziale Aufgabe. Dieser Aspekt ist für jegliche Zusammenarbeit von enormer Bedeutung. Bamberg (2011) verweist auf personenbezogene Einflüsse: Entscheidend sind aus ihrer Sicht hier diverse Faktoren, insbesondere die intrinsische Motivation sowie die gleichberechtigte Teilnahme und Einbringung aller am Forschungsprozess Beteiligten. Zudem ist relevant, dass die Beteiligten von der Durchsetzung ihrer fachlichen Perspektive sowie des Stellenwerts der eigenen Disziplin zum Wohl des Projektes zurückstehen und sich für fachfremde Perspektiven öffnen: „Kommunikations- und Kooperationsbereitschaft, Neugier und Offenheit für das Wissen und die Erfahrungen anderer sind wichtig für interdisziplinäre Kooperation“ (Bamberg, 2011, S. 21).

Im Rahmen des Graduiertenkollegs besteht ein zentrales Element zudem in einem analytischen Modell von Vertrauen aus der Organisationspsychologie (von Mayer, Davis & Schoorman, 1995). Dieses Modell ermöglicht es, für alle beteiligten Disziplinen einen konzeptionellen Ausgangspunkt zu bilden. Das zweite Element ist eine Matrix, die Forschungsfelder definiert und Analyseebenen trennt. Damit war eine Basis für die Verortung von Forschungsprojekten/Promotionsprojekten geschaffen.

Forschungsfelder	**Analyseebenen**		
	INDIVIDUEN	**ORGANISATIONEN**	**ÖFFENTLICHKEIT**
Medien	Vertrauen und Risikowahrnehmung in sozialen Netzwerken	Strategien zur Vertrauensbildung in Nachrichtenredaktionen	Darstellung von Vertrauen in den Medien
Wirtschaft	Vertrauen und Führung innerhalb von Unternehmen	Vertrauen innerhalb von Teams in Organisationen	Wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit der Wirtschaft
Wissenschaft	Vertrauen in Wissenschaftsakteur*innen	Wissenschaftsinstitutionen als vertrauenswürdige Quellen	Vertrauen in das Wissenschaftssystem
Sport	Vertrauen zwischen Teammitgliedern im E-Sport	Vertrauen in Sport-Verbände	Vertrauensaufbau durch Krisenkommunikation im Sport

Abb.1: Matrix zur Verortung von Forschungs- und Promotionsprojekten, aufgegliedert nach Forschungsfeldern und Analyseebenen. Abgebildet sind beispielhafte Themenfelder für die am Kolleg durchgeführte Forschung.

Die Interdisziplinarität ergibt sich nicht aus der Summe der einzelnen Fächer (im Sinne der „Zusammengesetzten Interdisziplinarität“ nach Heckhausen, 1972), sondern vielmehr daraus, dass man sich auf ein analytisches Modell von Vertrauen verständigen konnte, das den beteiligten Akteur*innen im Kolleg anschlussfähig erschien. Es bestand Einigkeit darüber, die Welt in drei Analyseebenen (Individuen, Organisationen und Öffentlichkeit) einzuteilen und damit aus einem Nebeneinander eine Verbindung für ein Miteinander und damit die „Vereinigende Interdisziplinarität“ zu schaffen. Durch diese Matrix wird den Forschungsinteressen aller beteiligter Fächer Rechnung getragen und die vielfältigen theoretischen sowie methodischen Zugänge zum Konstrukt Vertrauen lassen sich damit gut systematisieren. Dies sichert eine umfassende Bearbeitung des Forschungsgegenstandes und schafft eine breite Basis für die interdisziplinäre Zusammenarbeit.

Herausforderungen treten auf, sobald das Forschungsdesign festzulegen ist. Das Problem der Diversität der üblichen Terminologie, die innerhalb der beteiligten Disziplinen verwendet wird (in unserem Fall bspw. die Abgrenzung der Begriffe Vertrauen,

© Bernadette Uth, Bernd Blöbaum, Laura Badura, Katherine M. Engelke (2020). Institutionalisierte Interdisziplinarität: Chancen für die Neujustierung der Journalismusforschung in einer digitalisierten Welt. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 129-139. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70829.

Glaubwürdigkeit, Vertrautheit, Zuversicht usw.), lässt sich recht leicht definitorisch lösen – solange damit keine Glaubensfrage verknüpft ist. Eine durchaus reale Gefahr liegt darin, dass die eigenen, fachlichen Forschungsinteressen als interdisziplinär gekennzeichnet und dem Framing der übergeordneten Forschungsfrage untergeordnet werden, inhaltlich jedoch unverändert disziplinär geforscht wird. Der Begriff der „Beutegemeinschaft" (Hellmann, 2020, S. 50) charakterisiert dieses Vorgehen treffend. Es gilt, diesem Problem durch die konkrete Forschungsorganisation und einen intensiven Austausch der Projektbeteiligten vorzubeugen.

Interdisziplinarität und Forschungsorganisation

Die Forschungsorganisation betrifft die konkrete Zusammenarbeit in einem Verbundprojekt. Im Rahmen des Graduiertenkollegs, welches ein Qualifizierungsprogramm für Doktorand*innen darstellt, betrifft dieser Punkt somit konkrete Promotionsprojekte. Diese Projekte sind so zu gestalten, dass interdisziplinäre Zusammenarbeit trotz der inhaltlichen Zuordnung zu einer Fachdisziplin befördert wird.

Das Kolleg hat in seinem Herzstück, dem Qualifizierungsprogramm, Elemente vorgesehen, welche die Forschungsprozesse so organisieren, dass der Mehrwert der Zusammenarbeit verschiedener Fächer deutlich wird. Interdisziplinarität wird also konkret durch einige institutionalisierte Bausteine gefördert, welche im Folgenden kurz beschrieben werden.

Promotionsbetreuung:

Jedes im Kolleg stattfindende Promotionsprojekt wird durch zwei Betreuer*innen aus zwei der beteiligten Fächer begleitet. Dadurch soll der Grundstein für eine interdisziplinäre Orientierung geschaffen werden, da die Doktorand*innen somit unumgänglich mit mehreren fachspezifischen Perspektiven auf ihren Untersuchungsgegenstand konfrontiert werden. Nötig ist an dieser Stelle somit Engagement von zwei Seiten: So müssen sich die Doktorand*innen auf diese Verknüpfung mit einer ihnen eher unbekannten Perspektive einer fremden Disziplin einlassen und werden durch die Zweitbetreuung aus einem anderen Fach gewissermaßen dazu angehalten, sich auch mit relevanten Erkenntnissen aus dem Fach der Zweitbetreuung auseinanderzusetzen. Zugleich erfordert diese Art der Betreuung viel Engagement von Seiten der Betreuenden, die sich ebenso auf die Themen aus einer anderen Disziplin einlassen müssen, idealerweise in diese einarbeiten sollten und die Doktorand*innen mit Anregungen und Vorschlägen aus dem eigenen Fach unterstützen und voranbringen sollen. Die interdisziplinäre Betreuung erfordert einen hohen Arbeitsaufwand, der durch zusätzlichen Erkenntnisgewinn und Innovation belohnt werden kann – aber nicht muss.

Schaffung einer gemeinsamen theoretischen Basis:

Wie bereits erwähnt, ist es für interdisziplinäre Zusammenarbeit entscheidend, sich auf eine gemeinsame theoretische Basis zu verständigen. Um diesen gemeinsamen Nenner auch allen Doktorand*innen des Graduiertenkollegs nahe zu bringen, ist die Teilnahme am Seminar „Theoretische Fundierung" obligatorisch. Im Rahmen des Seminars wird das vorhin genannte, dem Kolleg zugrundeliegende Vertrauensmodell ebenso vermittelt wie weitere grundlegende theoretische Arbeiten zu Vertrauen. Im Idealfall treffen sich hier disziplinäre Sichtweisen auf das übergeordnete Themenfeld und schaffen so im Austausch eine interdisziplinäre Perspektive. Durch die zeitlich frühe Verortung im Qualifizierungsprogramm trägt das Seminar zudem zu einem erleichterten Einstieg in die für die Forschung nötigen theoretischen Konzepte und Modelle bei.

Methodenaustausch:

Das im Kolleg verwendete Methodenspektrum ist vielfältig: Es gibt Studien mit repräsentativen Bevölkerungsbefragungen (vgl. Blöbaum, 2018; Badura, Uth & Engelke, 2020), qualitative Interviews (vgl. Wintterlin, 2019), topic modeling und agent-based-modeling-Verfahren (vgl. Waldherr, 2012), Experimente verschiedener Art (Online, Labor, vgl. Fischer, 2016; Schmidt, Gessner & Badura, 2017) und Inhaltsanalysen (vgl. Engelke, 2018). Die Vermittlung von methodischen Kompe- tenzen, die auf die Arbeit an den spezifischen Forschungsfragen zugeschnitten sind, und die Kooperation von Doktorand*innen, die ihr jeweiliges Methodenwissen einbringen, sind Teil des Forschungsprogramms. Das obligatorische Seminar „Methodische Fundierung", welches gewissermaßen als komplementär zur beschriebenen „Theoretischen Fundierung" anzusehen ist, bietet den curricularen Rahmen für diesen Austausch. Darin werden Methoden aus den verschiedenen Fachgebieten meist in Workshop-Form intensiv vermittelt. Dies befördert, so die Erfahrung im Kolleg, die Nutzung von Methoden, deren Anwendung in den

© Bernadette Uth, Bernd Blöbaum, Laura Badura, Katherine M. Engelke (2020). Institutionalisierte Interdisziplinarität: Chancen für die Neujustierung der Journalismusforschung in einer digitalisierten Welt. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 129-139. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70829.

Heimatsdisziplinen der Kollegiat*innen nicht zum Standardrepertoire gehört.

Durch die örtliche Verbundenheit – alle Kollegiat*innen haben Arbeitsplätze im Kolleg – findet zudem auch viel theoretischer sowie methodischer Austausch in nicht-organisierter Form im Alltag und direkt „am Problem“ statt.

Organisation von Schnittstellen zur Beförderung von Interdisziplinarität:

Um interdisziplinäre Zusammenarbeit zu befördern, gilt es, entsprechende unterstützende Handlungsbedingungen zu schaffen. Die Forschung ist so zu gestalten, dass Schnittstellen zwischen den einzelnen Projekten geschaffen und ein kontinuierlicher Wissensaustausch ermöglicht werden.

Ein Beispiel dafür ist der interdisziplinäre Zirkel, in welchem Doktorand*innen aus unterschiedlichen Fächern zu einer Frage außerhalb ihrer Promotion zusammenarbeiten (Beispiele sind Forschungsprojekte zu Technikvertrauen oder dem Laienverständnis von Vertrauen). Weitere im Qualifizierungsprogramm des Kollegs fest verankerte Aktivitäten sind Kolloquien und Late Autumn Schools, bei denen Doktorand*innen aus anderen Hochschulen sowie nationale und internationale Vertrauensforscher*innen aus verschiedensten Disziplinen zusammenkommen, um gemeinsam Fragen der Vertrauensforschung zu diskutieren. Im Rahmen der wissenschaftlichen Tagungen sind stets individuelle Beratungsmöglichkeiten mit ausgewiesenen Wissenschaftler*innen für die Doktorand*innen gegeben. Zu erwähnen sind ebenfalls (internationale) Mentoringangebote und die Möglichkeit, in einem Labor oder Institut im Ausland zu forschen. Mercator-Fellowships, die an wissenschaftliche Expert*innen der Vertrauensforschung vergeben werden, ermöglichen längere Gastaufenthalte im Kolleg. Die eingeladenen Wissenschaftler*innen sind meist an den Schnittstellen zwischen den Disziplinen angesiedelt oder betreiben Grundlagenforschung auf dem Gebiet der Vertrauensforschung. Auch hier sei auf praktische Schwierigkeiten hingewiesen, die sich im Forschungsprozess ergeben: Dazu zählt zunächst die recht aufwendige Organisation, die nur durch die wissenschaftlichen Koordinator*innen des Kollegs zu bewerkstelligen ist. Divergierende Auffassungen bei forschungsethischen Aspekten (bspw. bezüglich der Konsultation von Ethikkommissionen oder der Präregistration von Studien) sind Diskussionsthemen, die Herausforderungen interdisziplinärer Arbeit vor Augen führen.

Zuletzt gilt es noch einen Aspekt von Interdisziplinarität zu beleuchten, der in der Literatur vergleichsweise wenig Beachtung findet: Der Mehrwert von Interdisziplinarität wird aus einer Forschungsperspektive meist positiv hervorgehoben – wie sieht es aber mit dem Mehrwert für Doktorand*innen und ihre Karriereplanung aus?

Interdisziplinarität und Karriereplanung:

Die Anerkennung akademischer Leistungen beruht nach wie vor überwiegend auf dem individuellen Beitrag zum fachspezifischen Erkenntnisfortschritt. Publikationen in den (angesehenen und einflussreichen) Fachzeitschriften und in renommierten Buchreihen sowie Vorträge auf Fachtagungen bestimmen das wissenschaftliche Kapital. Die nachhaltige Forderung nach und Förderung von Interdisziplinarität im Prozess des wissenschaftlichen Erkenntnisgewinns stehen in einem Missverhältnis zu den Anerkennungsmustern hinsichtlich der Erträge wissenschaftlicher Anstrengungen. Es gibt bislang nur wenige renommierte interdisziplinäre Fachzeitschriften und Buchreihen. Interdisziplinarität basiert auf fachlicher Kompetenz und benötigt eine fachspezifische Ausrichtung (Bamberg, 2011). Darüber kann sie dann auch einen Mehrwert für die eigene Disziplin schaffen. Bei der Bewerbung auf Post-Doc-Stellen und in Berufungsverfahren sollte dies ein wichtiger Aspekt sein und im Besetzungsverfahren bei Stellen Berücksichtigung finden. Praktisch stellt sich bei der Veröffentlichung der Ergebnisse interdisziplinärer Projekte oftmals die Entscheidung zwischen einer Publikation in einem fachspezifischen oder einem eher interdisziplinären Journal. Inhaltliche Passung und karriereförderndes Ansehen müssen an dieser Stelle gegeneinander abgewogen werden. Neuere interdisziplinäre Fachzeitschriften besitzen oftmals noch keine Auskunft über ihren Impact-Factor, was die Entscheidung für eine Publikation in einer derartigen Fachzeitschrift negativ beeinflussen kann. Generell stehen die Beteiligten somit regelmäßig im Spannungsfeld zwischen disziplinärem und interdisziplinärem Selbstverständnis.

Interdisziplinarität bietet also Chancen, geht jedoch auch mit einigen Herausforderungen einher. Im Folgenden werden weitere Herausforderungen interdisziplinärer Forschung thematisiert.

© Bernadette Uth, Bernd Blöbaum, Laura Badura, Katherine M. Engelke (2020). Institutionalisierte Interdisziplinarität: Chancen für die Neujustierung der Journalismusforschung in einer digitalisierten Welt. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 129-139. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70829.

Weitere Herausforderungen interdisziplinärer Forschung

Unterschiedliche Promotionskulturen: Hier ist zuerst das grundsätzlich verschiedene Herangehen bei kumulativen und monografischen Promotionen zu nennen. Die Promotionszeit wird anders eingeteilt, die Erfolgserlebnisse (und Misserfolgserlebnisse) sind abhängig vom jeweiligen Verfahren; die Frage, was eine geeignete wissenschaftliche Fragestellung ist, unterscheidet sich recht fundamental, je nachdem ob mehrere Aufsätze geschrieben werden oder ein Buch verfasst wird. Dies erschwert teilweise auch den Austausch untereinander und das Verständnis der Beteiligten füreinander. Aber auch Promotionen, die nach demselben Verfahren ablaufen, variieren aufgrund der unterschiedlichen Promotionsordnungen der einzelnen Disziplinen im Detail und stellen teilweise divergierende Anforderungen für den Abschluss des Promotionsverfahrens, z. B. hinsichtlich der Anzahl bereits publizierter Aufsätze. Zudem ergeben sich oft unterschiedliche finanzielle Rahmenbedingungen: Während in vielen Disziplinen Qualifizierungsprogramme mit 65%-Stellen üblich sind, erfordert insbesondere der Wettbewerb mit Stellen in der freien Wirtschaft in anderen Disziplinen die Bereitstellung von 100%-Stellen für Doktorand*innen. Dies kann sich negativ auf die kollegiale Atmosphäre und die Zusammenarbeit auswirken.

Unterschiedliche Arbeitskulturen: Trotz des angedachten interdisziplinären Ansatzes gibt es Doktorand*innen, die fest in die Arbeitsgruppen der Antragsteller*innen und somit in die jeweiligen fachlichen Institute integriert sind und dort ihren wissenschaftlichen und sozialen Mittelpunkt haben. Dadurch wird der gewünschte Austausch mit Doktorand*innen anderer Fächer von vorneherein beschränkt. Interdisziplinarität wird somit gelegentlich dem disziplinären Forschungsalltag untergeordnet. Dementsprechend ist wie bereits angesprochen die persönliche Verpflichtung aller Beteiligter – sowohl der Doktorand*innen als auch der Antragsteller*innen – entscheidend für den Erfolg eines interdisziplinären Qualifizierungs- und Forschungsprogrammes. Insbesondere die Doktorand*innen orientieren sich oftmals an ihren betreuenden Professor*innen: Sind diese mehr dem Lehrstuhl und weniger der Interdisziplinarität verpflichtet, stellen sich ähnliche Priorisierungen auch bei den Doktorand*innen ein.

Was bedeuten die geschilderten Erfahrungen für Interdisziplinarität in der Journalismusforschung?

Institutionalisierung mit einem klaren organisatorischen Konzept, mit Regeln und Routinen bei der fächerübergreifenden Arbeit, ist bei interdisziplinärer Forschung unabdingbar, um die genannten Probleme aufzufangen.

Die Journalismusforschung ist überaus geeignet für interdisziplinäre Forschungsvorhaben. Öffentliche Kommunikation, Medien, das Internet, der Journalismus – die im Fach vorhandene Expertise ist für viele gesellschaftliche Fragestellungen brauchbar und anschlussfähig. Journalismus als Beobachter anderer Gesellschaftssysteme steht stets im Kontakt mit anderen Systemen, dementsprechend sollte es auch die Forschung tun. Da die Journalismusforschung methodisch breit aufgestellt ist, fällt der Anschluss an andere Fächer, die ebenfalls mit sozialwissenschaftlichen Methoden arbeiten, leicht. Durch die breite Methodenauswahl der Journalismusforschung können auch andere Disziplinen von unserer spezifischen Expertise, insbesondere bspw. bei der Herangehensweise an Mehr-Methoden-Designs, profitieren. Weil wir als Integrationsdisziplin viele zentrale Konzepte integrieren, von einer Vielzahl an grundlegenden Gesellschaftstheorien bis zu Ethikfragen, ergeben sich in fächerübergreifenden Verbünden zahlreiche Bezüge. Medialisierung, Mediatisierung, Medienlogik, Digitalisierung – diese Konzepte sind explizit oder implizit mit vielen aktuellen Forschungsfragen anderer Fächer verknüpfbar. Die Journalismusforschung bietet für viele Fragestellungen ein relevantes Add-on.

Will die Journalismusforschung weiter an aktuellen Problemen des Journalismus und der Gesellschaft arbeiten, nicht zuletzt auch, um dem Journalismus notwendiges Wissen bereit zu stellen und als wissenschaftliches Fach auch in der Grundlagenforschung bedeutsam zu bleiben, sollte sie bereit sein, sich mit den Herausforderungen der Interdisziplinarität intensiv auseinanderzusetzen, um dann auch von ihr profitieren zu können.

[1] uni-muenster.de/GK-Vertrauen-Kommunikation/; gepris.dfg.de/gepris/projekt/175526080

© Bernadette Uth, Bernd Blöbaum, Laura Badura, Katherine M. Engelke (2020). Institutionalisierte Interdisziplinarität: Chancen für die Neujustierung der Journalismusforschung in einer digitalisierten Welt. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 129-139. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70829.

Literaturverzeichnis

Badura, L., Uth, B. & Engelke, K. M. (2020). Individual- statt Pauschallösungen: Transparenz-strategien im Nachrichten-Journalismus und ihr Zusammenhang mit Rezipierendenvertrauen. In T. Köhler (Hrsg.), Fake-News, Framing, Fact-Checking: Nachrichten im digitalen Zeitalter (S. 425-446). Bielefeld: Transcript.

Bamberg, E. (2011). Voraussetzungen und Hindernisse interdisziplinärer Kooperation in der Arbeits-wissenschaft. *Zeitschrift für Arbeitswissenschaft, 65* (1), 19-23.

Blöbaum, B. (2018). Bezugspunkte von Medienvertrauen. Ergebnisse einer explorativen Studie. *Media Perspektiven,* 12, 601-607.

Bourdieu, P. (2012). *Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Deutsche Forschungsgemeinschaft. (2019a). *Graduiertenkollegs*. Zugriff am 04.05.2020. Verfügbar unter https://www.dfg.de/foerderung/programme/koordinierte_programme/graduiertenkollegs/

Deutsche Forschungsgemeinschaft. (2019b). *Schwer-punktprogramme*. Zugriff am 04.05.2020. Verfügbar unter https://www.dfg.de/foerderung/programme/koordinierte_programme/schwerpunktprogramme/

Deutsche Forschungsgemeinschaft. (2020). *Sonderforschungsbereiche*. Zugriff am 10.05.2020. Verfügbar unter https://www.dfg.de/foerderung/programme/koordinierte_programme/sfb/

Engelke, K. M. (2018). *Die journalistische Darstellung von Vertrauen, Misstrauen und Vertrauensproblemen im Kontext der Digitalisierung. Theoretische Entwicklung und empirische Erfassung von Vertrauensdimensions-Frames*. Baden-Baden: Nomos.

Feichtinger, J., Mitterbauer, H. & Scherke, K. (2004). Interdisziplinarität – Transdisziplinarität. Zu Theorie und Praxis in den Geistes- und Sozialwissenschaften. *newsletter MODERNE, 7* (2), 11-16.

Fischer, S. (2016). *Vertrauen in Gesundheitsangebote im Internet. Einfluss von Informationsquellen und wissenschaftlichen Unsicherheiten auf die Rezeption von Online-Informationen*. Baden-Baden: Nomos.

Gethmann, C. F., Carrier, M., Hanekamp, G., Kaiser, M., Kamp, G., Lingner, S. et al. (2015). *Interdisciplinary Research and Transdisciplinary Validity Claims*. Cham: Springer International Publishing.

Giddens, A. (1984). *The constitution of society. Outline of the theory of structuration*. Cambridge: Polity Press.

Hanitzsch, T. & Engesser, S. (2014). Journalismusforschung als Integrationsdisziplin. In M. Karmasin, M. Rath & B. Thomaß (Hrsg.), *Kommunikationswissenschaft als Integrations-disziplin* (S. 137-157). Wiesbaden: Springer VS.

Haßler, J., Maurer, M. & Holbach, T. (2014). Vorsprung durch Technik? Die Analyse journalistischer Online-Angebote mit Hilfe automatisierter Verfahren. *Studies in Communication | Media, 3* (2), 180-204.

Heckhausen, H. (1972). Discipline and Interdiciplinarity. In L. Apostel, G. Berger, A. Briggs & G. Michaud (Hrsg.), *Interdisciplinarity. Problems of Teaching and Research in Universities*. (S. 83-89). Paris: Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD).

Hellmann, K.-U. (2020). Wissenschaftsmarketing: Antragsprosa, Beutegemeinschaft, Placeboeffekt. *Pop. Kultur und Kritik, 16,* 49-54.

Hoff, G. M. & Korber, N. (Hrsg.). (2017). *Interdisziplinäre Forschung? Annäherungen an einen strapazierten Begriff*. Freiburg: Verlag Karl Alber.

Jungert, M. (2013). Was zwischen wem und warum eigentlich? Grundsätzliche Fragen der Inter-disziplinarität. In M. Jungert, E. Romfeld, T. Sukopp & U. Voigt (Hrsg.), *Interdisziplinarität. Theorie, Praxis, Probleme* (S. 1-12). Darmstadt: WBG - Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Jungert, M., Romfeld, E., Sukopp, T. & Voigt, U. (Hrsg.). (2013). *Interdisziplinarität. Theorie, Praxis, Probleme*. Darmstadt: WBG - Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

© Bernadette Uth, Bernd Blöbaum, Laura Badura, Katherine M. Engelke (2020). Institutionalisierte Interdisziplinarität: Chancen für die Neujustierung der Journalismusforschung in einer digitalisierten Welt. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 129-139. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70829.

Karlsson, M. & Sjøvaag, H. (2016). Introduction. Research methods in an age of digital journalism. *Digital Journalism, 4* (1), 1-7.

Lepenies, W. (1981a). Einleitung. Studien zur kognitiven, sozialen und historischen Identität der Soziologie. In W. Lepenies (Hrsg.), *Geschichte der Soziologie – Studien zur kognitiven, sozialen und historischen Identität einer Disziplin. Band 1* (S. 1-15). Berlin: Suhrkamp.

Lepenies, W. (1981b). „Schön und Korrekt". Die Literatur als Bezugsgruppe wissenschaftlicher Außenseiter. In H. v. Alemann & H. P. Thurn (Hrsg.), *Soziologie in weltbürgerlicher Absicht. Festschrift für René König zum 75. Geburtstag* (S. 90-100). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Löffelholz, M. & Rothenberger, L. (Hrsg.). (2016). *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer VS.

Luhmann, N. (2018). *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Mayer, R. C., Davis, J. H. & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review, 20* (3), 709.

Meier, K. (2018). *Journalistik*. Konstanz: UVK.

Mittelstrass, J. (2018). The Order of Knowledge: From Disciplinarity to Transdisciplinarity and Back. *European Review, 26* (S2), S68-S75.

Parsons, T. (2009). *Das System moderner Gesellschaften*. Weinheim: Juventa-Verlag.

Röhlig, A. (2018). *Interdisziplinäre Zusammenarbeit im Verbundprojekt: Herausforderungen und kritische Faktoren einer erfolgreichen Forschungskooperation*. HWWI Research Paper, No. 181, Hamburgisches WeltWirtschaftsInstitut (HWWI), Hamburg. Zugriff am 10.08.2020. Verfügbar unter https://www.econstor.eu/bitstream/10419/175346/1/1013892062.pdf

Schimank, U. (2016). *Handeln und Strukturen. Einführung in die akteurtheoretische Soziologie*. Weinheim: Beltz Juventa.

Schmidt, M. G., Gessner, F. & Badura, L. (2017). Die Publikumsnorm. Eine Studie zur Leserbeurteilung der Qualität journalistischer Online-Artikel unter Berücksichtigung des Einflussfaktors Medienreputation. *Medien & Kommunikationswissenschaft, 65* (1), 45-63.

Scholl, A. (2001). Methoden der Kommunikationswissenschaft. In T. Hug (Hrsg.), *Wie kommt Wissenschaft zu Wissen? Band 2: Einführung in die Forschungsmethodik und Forschungspraxis* (S. 212-228). Hohengehren: Schneider Verlag.

Stichweh, R. (1984). *Zur Entstehung des modernen Systems wissenschaftlicher Disziplinen. Physik in Deutschland. 1740 - 1890*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Waldherr, A. (2012). *Die Dynamik der Medienaufmerksamkeit. Ein Simulationsmodell*. Baden-Baden: Nomos.

Wintterlin, F. (2019). *Quelle: Internet. Journalistisches Vertrauen bei der Recherche in sozialen Medien*. Baden-Baden: Nomos.

Wissenschaftsrat. (2015). *Zum wissenschaftspolitischen Diskurs über große gesellschaftliche Herausforderungen. Positionspapier (Drs. 4594-15)*. Zugriff am 04.05.2020. Verfügbar unter https://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/4594-15.pdf

© Bernadette Uth, Bernd Blöbaum, Laura Badura, Katherine M. Engelke (2020). Institutionalisierte Interdisziplinarität: Chancen für die Neujustierung der Journalismusforschung in einer digitalisierten Welt. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 129-139. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70829.

Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand

Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Zusammenfassung

*Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, den Status quo eines sich im Wandel befindlichen Journalismus über die beruflichen Anforderungen, die aktuell an (angehende) Journalist*innen gestellt werden, zu beschreiben. Dafür operationalisieren und systematisieren wir journalistische Praxis entlang eines Kompetenzmodells, das klassische und neue Kompetenzen integriert. Mittels einer standardisierten Inhaltsanalyse journalistischer Stellenausschreibungen (n=337) erfassen wir, inwieweit diese Kompetenzen den Journalismus aktuell kennzeichnen. Die Perspektive ist dabei dreigeteilt: Die Analyse fokussiert auf den Journalismus allgemein, sie betrachtet digitale, journalistische Arbeitsfelder und darüber hinaus auch jene Tätigkeitsbereiche, die das journalistische Arbeiten flankieren.*

*Die Ergebnisse belegen, dass das journalistische Handwerk den Journalismus über alle Mediengattungen und Anstellungsverhältnisse hinweg weiterhin definiert. Zugleich zeigt sich, wie sehr neue Kompetenzen im Bereich der Technik, digitalen Gestaltung und des unternehmerischen Denkens journalistisches Arbeiten im Bereich Online, Cross Media und Social Media definieren. Periphere Tätigkeiten verweisen auf Entgrenzungsprozesse im Journalismus und zeigen daher auf, inwieweit journalistische Kompetenzen auch nicht-journalistische Tätigkeiten prägen und welche nicht-journalistischen Tätigkeiten umgekehrt auch den Journalismus zunehmend kennzeichnen. Tatsächlich zeigen die Ergebnisse, dass periphere, insbesondere technische Stellenprofile zu jenen neuen Kompetenzfeldern neigen, die das journalistische Kompetenzportfolio erst seit einigen Jahren erweitern. Dennoch verfügen digitale Journalist*innen über ein eigenes Berufsprofil, das sich von jenem der peripher Tätigen unterscheidet. Der Beitrag diskutiert abschließend die Chancen eines inhaltsanalytischen Vorgehens für die Journalismusforschung.*

Keywords: Journalismus, Digitalisierung, Kompetenzen, Inhaltsanalyse, Stellenausschreibungen

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

Summary

The aim of this article is to describe the status quo of a changing journalism by means of the professional demands currently placed on (prospective) journalists. To this end, we operationalize and systematize journalistic practice alongside a competence model that integrates classical and new competencies. By means of a standardized content analysis of journalistic job advertisements (n=337), we determine the extent to which these competencies characterize journalism today. The perspective is threefold: The analysis focuses on journalism in general; it considers digital, journalistic fields of work and, in addition, those fields of activity that accompany journalistic work. The results show that journalistic craft continues to define journalism across all media genres and employment levels.

At the same time, the results also show the extent to which new skills in technology, digital design and entrepreneurial thinking define journalistic work in the online, cross-media and social media sectors. Peripheral activities refer to processes of delimitation in journalism and therefore show the extent to which journalistic skills also characterize non-journalistic activities and, conversely, which non-journalistic activities increasingly characterize journalism. In fact, the results show that peripheral, especially technical job profiles are tending towards those new fields of competence that have been expanding the journalistic competence portfolio in recent years. Nevertheless, digital journalists occupy a professional profile of their own that differs from that of peripheral professionals. Moreover, the article reflects on the opportunities that content analysis offers for journalism research.

Keywords: journalism, competencies, content analysis, job advertisements, digital job profiles

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

(1) Wandel und Grenzen des Journalismus: Einleitung und Ziele des Beitrags

Journalistische Praxis war nie statisch und homogen, sie variiert mit der Mediengattung und dem Berichterstattungsgegenstand (English, 2016; Hanusch, 2011). Neue Distributionsplattformen, neue Kommunikator*innen, digitale Werkzeuge der Inhaltsproduktion, aber vor allem der damit einhergehende Strukturwandel der Öffentlichkeit (Imhof, 2008; Jarren et al., 2000; Klinger & Svensson, 2016; Neuberger, 2018; Schmidt, 2016) setzen diese Variation fort und – was neu ist – beschleunigen sie zugleich (Bentivegna & Marchetti, 2018; Mast et al., 2017; Neuberger et al., 2019). Tätigkeiten verschmelzen, neue Aufgabenfelder entstehen, neue Fähigkeiten sind gefragt. Das Problem ist, dass die Veränderungen von Tätigkeiten, Aufgaben und Fähigkeiten nicht allein im Journalismus geschehen, sondern in nahezu allen Kommunikationsberufen. In diesem Prozess verschwimmen die Grenzen des und zum Journalismus. Vor diesem Hintergrund versucht die Journalismusforschung mit unterschiedlichen Foki und Zugängen, ihren Gegenstand und seine Grenzen (neu) zu vermessen: Sie analysiert, welche Normen (Altmeppen et al., 2019; Eldridge & Steel, 2016), welche Rollenselbstverständnisse (Deuze & Dimoudi, 2002; Schapals et al., 2019), welche Tätigkeiten (Kartveit, 2017), welche Gattungen und welche Präsentationsformen (Le Masurier, 2019; Maares & Hanusch, 2020) zum Journalismus gehören und welche nicht. Insbesondere neue digitale Akteure, die als neue Plattformen (z. B. Twitter), aber auch Konkurrenten und/oder Kooperationspartner*innen (z. B. WikiLeaks oder BuzzFeed) das journalistische Feld erweitern und modifizieren, fordern dazu heraus, die Grenzen des Journalismus auszuloten und (neu) zu ziehen (Coddington, 2014; Eldridge, 2014; Schapals et al., 2019; Tandoc & Jenkins, 2017).

Ein weiterer Fokus in der Analyse dessen, was Journalismus ist und was nicht, ist jener auf die journalistischen Kompetenzen (Young & Carson, 2018; für Online-Journalismus Himma-Kadakas & Palmiste, 2019). Der vorliegende Beitrag greift diese Perspektive auf: Was müssen Journalist*innen heute können? Ziel ist es, den Gegenstand der Journalismusforschung über die beruflichen Anforderungen an Journalist*innen zu beschreiben und zu definieren. Die Operationalisierung und Systematisierung journalistischer Praxis erfolgt demnach entlang von Kompetenzfeldern (Altmeppen & Scholl, 1990; Gossel, 2019; 2015; Nowak, 2007; Weischenberg, 1990a). Auf diese Weise lässt sich Journalismus in seiner Vielfalt und Dynamik erfassen: Es lässt sich flexibel abbilden, welche Kompetenzen in tradierten journalistischen Arbeitsfeldern weiterhin und welche neu gebraucht werden sowie welche journalistischen Kernkompetenzen für Tätigkeitsprofile gefordert werden, die am Rand oder außerhalb des journalistischen Feldes stehen.

Derartige Unterscheidungen lassen sich in Stellenausschreibungen nachzeichnen. Diese fungieren als Basis der empirischen Untersuchung. Kompetenzen sind nicht gleichzusetzen mit journalistischem Handeln, dennoch sind sie Eckpfeiler und damit wesentliche Elemente journalistischer Praktiken (Buschow, 2018; Raabe, 2016; Ryfe, 2017): Sie entstehen gleichermaßen aus dem persönlichen Wirken und den organisationalen Strukturen, die Muster der Praxisausführung vorgeben. Folglich sind als Berufsanforderungen benannte Kompetenzen ein adäquater Spiegel dessen, was Journalismus im Kern ausmacht. Eine Inhaltsanalyse als empirische Annäherung an das journalistische Feld kann daher in unseren Augen einen weiteren Baustein liefern, um eine Momentaufnahme eines sich im Wandel befindlichen Journalismus zu zeichnen.

Der Beitrag skizziert zunächst wesentliche Stränge der Erforschung journalistischer Kompetenzen und benennt die darauf basierenden Forschungsfragen dieser Studie. Im dritten Abschnitt stellen wir die Bemühungen dar, ein Untersuchungssample zu definieren, das im Kern journalistische Tätigkeitsprofile erfasst. Auf die Beschreibung der Ergebnisse folgt eine kritische Diskussion der Erkenntnisse und des methodischen Vorgehens mit Fokus auf die Implikationen für die Journalismusforschung.

(2) Eine kompetenzbasierte Perspektive auf Journalismus: Forschungsstand und Forschungsfragen

Die Definition und kritische Reflexion journalistischer Kompetenzen ist Thema in unterschiedlichen Kontexten. Befragungen von Journalist*innen, von Studierenden und von Personalentscheider*innen in Medienunternehmen entblättern (falsche) Vorstellungen von journalistischen Kompetenzen (Vasilendiuc & Sutu, 2020), erfassen Erwartungen an journalistisches Können und stellen Erfahrungen zur

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

Kompetenzvermittlung und zum -bedarf in Ausbildung und Praxis gegenüber (Neuberger & Federkeil, 2011). So hat Gossel (2019) junge Journalist*innen zu deren Ausbildungserfahrungen und zu konkreten Verbesserungsvorschlägen befragt. Örnebring und Mellado (2018) befragten Journalist*innen in sechs Ländern, um deren Vorstellungen vom journalistischen Können und damit auch vom Journalismus in den jeweiligen Ländern miteinander zu vergleichen. Reflexionen journalistischer Ausbildung und Inhaltsanalysen einschlägiger Curricula ergänzen die Diskussion um Wunsch und Wirklichkeit der Kompetenzvermittlung (Dernbach, 2016; Harnischmacher, 2019; Nowak, 2007). Inhaltsanalysen journalistischer Stellenanzeigen (Young & Carson, 2018; Altmeppen & Scholl, 1990) stellen neben der Befragung von Journalist*innen und der Evaluation von Ausbildungscurricula einen weiteren Zugang dar. Sie erfassen die Anforderungen und den Bedarf, wie sie von korporativen journalistischen Akteuren formuliert werden. Damit verweisen sie auf die (Re-)Definition journalistischer Expertise durch die rekrutierenden Medienunternehmen (Guo & Volz, 2019).

Die vorliegende Studie knüpft daran an und möchte basierend auf einer Inhaltsanalyse journalistischer Stellenanzeigen zur Definition dessen, was den Forschungsgegenstand Journalismus aktuell ausmacht, beitragen. Die Grundlage unserer Analyse bildet die Systematisierung der journalistischen Kompetenz in spezifische Gruppen, die erst in den 1990er Jahren entstand (Gossel, 2019; Nowak, 2007; Weischenberg, 1990a; auch Meier, 2018). Grundlegende, als „weitgehend konsentiert" (Dernbach & Loosen, 2012) geltende Pfeiler des journalistischen Kompetenzmodells sind die Fach- und Sachkompetenz. Nowak erweitert das Modell darüber hinaus um das Feld der Basiskompetenzen. Gossel (2015, 2019) wiederum adaptiert Nowaks Modell und ergänzt es um die drei Bereiche der Technik-, Management- und unternehmerischen Kompetenz. Folglich sind sieben Kompetenzfelder konstitutiv für das journalistische Kompetenzmodell (vgl. Abbildung 1): Die Fachkompetenz, die Sachkompetenz, die Handlungskompetenz, die Technikkompetenz, die unternehmerische Kompetenz, die Managementkompetenz und das Feld der Basiskompetenzen.

Die ursprüngliche Konzeption hat im Laufe der Jahre eine ganze Reihe von Modifikationen erfahren, die den Wandel des Journalismus repräsentieren. So verweist der Begriff der Fachkompetenz auf die instrumentellen Fähigkeiten und das spezifische Wissen des journalistischen Berufsfeldes (Loosen & Weischenberg, 2002); er wurde zusammen mit der Vermittlungskompetenz in das Feld der Handlungskompetenz überführt (Nowak, 2007). Die Sachkompetenz erfasst das „Wissen über den Berichterstattungsgegenstand" (Altmeppen & Scholl, 1990, S. 244), d.h. konkret alles „(…) Wissen, das notwendig ist, um den Themen gerecht zu werden, die Gegenstand journalistischer Berichterstattung sind" (Loosen & Weischenberg, 2002, S. 97). Konkret bezieht sie sich folglich auf das ressort- und/oder themenspezifische Wissen, aber auch das Allgemeinwissen, über das Journalist*innen verfügen müssen (Nowak, 2007). Die Grundlage für die Fach-, Sach- und Handlungskompetenz bildet nach Nowak (2007) das Feld der Basiskompetenzen. Das Besondere an den Basiskompetenzen ist, dass sie nicht einschlägig für den journalistischen Beruf sind. Vielmehr handelt es sich um Charaktereigenschaften, individuelle Attribute und Fertigkeiten, die „auch für die Ausübung anderer Berufe und für andere Bereiche der Lebensbewältigung relevant" (Nowak, 2007, S. 90) sind. Dazu zählen z. B. soziale und kommunikative Kompetenzen.

Technik-, Management- und unternehmerische Kompetenz sind diejenigen Kompetenzen, die den Wandel des Journalismus in herausragender Weise symbolisieren. Im allerersten Kompetenzraster (Weischenberg, 1990, S. 24) wurden sie kategorial als „Organisation und Technik" der Fachkompetenz zugeordnet. Technikkompetenz verweist dabei auf grundlegende technische Fertigkeiten und Kenntnisse (z. B. zur Bedienung und Programmierung medienspezifischer Software und Tools). Zur Managementkompetenz gehörigen Attribute wie „Führungsfähigkeit, Verhandlungsgeschick, Zeitmanagement, Kostenmanagement [und] Kooperationsfähigkeit" (Gossel, 2015, S. 5).

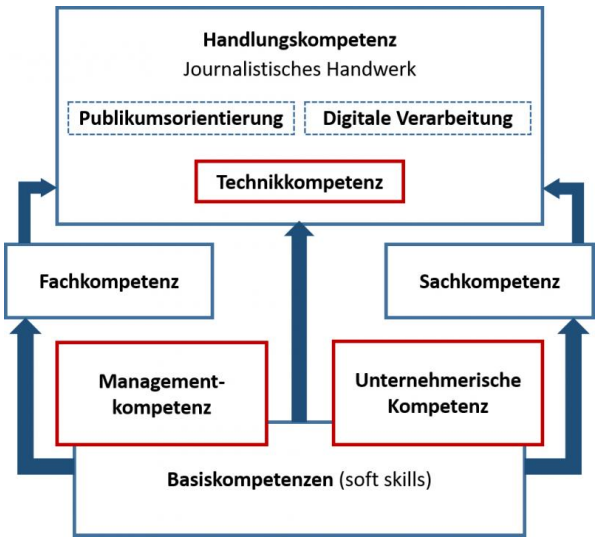
In Abgrenzung dazu beziehen sich die unternehmerischen Kompetenzen auf jenes Wissen und jene Fertigkeiten, die an Relevanz gewinnen, weil atypische Arbeitsverhältnisse zunehmen und der wirtschaftliche Druck auf den Journalismus steigt (Gossel, 2019). Da diese Kompetenzen in erheblichem Maße aus dem Sachverhalt resultieren, dass Journalist*innen zunehmend freiberuflich und daher ohne festen Arbeitgeber tätig sind, sind sie nur bedingt auf diese Studie anwendbar: Die vorliegende Analyse bezieht sich auf Stellenausschreibungen, die

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

grundsätzlich ein Anstellungsverhältnis und daher – selbst, wenn nach Freiberufler*innen gesucht wird – unternehmerische Gebundenheit vorsehen. Folglich ist kaum davon auszugehen, dass diese Kompetenzen benannt werden. Dennoch ist auch im organisationalen Kontext unternehmerisches Denken zunehmend gefragt – insbesondere, wenn einzelne Unternehmenseinheiten einen Gründungsgeist oder an Start-Ups orientierte Denkweisen in ihre Arbeitsweise integrieren möchten. Wie kontrovers die Implementierung eines Prozessmanagements in den Redaktionen diskutiert wird, zeigten in der jüngsten Vergangenheit die Reaktionen auf Aussagen aus Chefredaktionen, die die Relevanz von Finanzierungs- und Managementfragen für die journalistische Arbeit betonten (vgl. u. a. Bönisch, 2019; Meedia, 2019).

Bisherige Studien, die journalistische Stellenausschreibungen analysieren, unterstreichen die Relevanz der drei neuen Kompetenzbereiche (Technik-, Management- und unternehmerische Kompetenz) im Journalismus: Aufgaben werden technischer (Bakker 2014), der Bedarf an multimedialen Fertigkeiten nimmt zu (Wenger & Owens, 2013; Wenger et al., 2014). Mit der zunehmenden Digitalisierung kommen weitere Anforderungen hinzu, die technisch induziert sind, aber über rein technische Arbeit hinausgehen, wie User*innen-Interaktion und Marktbeobachtung (Guo & Volz, 2019).

Abbildung 1: Modell journalistischer Kompetenzen



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Nowak 2007, S. 93 und Gossel & Kalka 2015

Zur Handlungskompetenz zählt eine Reihe von Qualifikationen. Dazu gehören auch die Kompetenzfelder Publikumsorientierung und digitale Verarbeitung. Wir stellen diese beiden Felder in unserer Untersuchung gesondert heraus, da es sich um vergleichsweise neue Fertigkeiten und Fähigkeiten handelt. Digitale Kompetenzen wie der Umgang mit Daten und die Nutzung von Social Media werden im Journalismus immer wichtiger (Bettendorf, 2019; Jarren, 2019; Primbs, 2015; Sadrozinski, 2013; Schützeneder et al., 2020). Die Beziehung des Journalismus zu seinem Publikum ist wiederum nicht mehr durch eine strikte Kommunikator*innen-Rezipient*innen-Beziehung geprägt. Die Interaktion mit dem Publikum und durch das Publikum generierte Inhalte gewinnen für den journalistischen Produktionsprozess an Bedeutung (Loosen, 2016). Journalismus muss Fähigkeiten zur Interaktion mit dem Publikum entwickeln (Guo & Volz, 2019). Die Technikkompetenz haben wir in das journalistische Handwerk (Handlungskompetenz) integriert, weil das Beherrschen journalistischer Arbeitstechniken und Darstellungsformen, welches den Kern der Handlungskompetenz markiert, in einer grundsätzlich digitalisierten Arbeitswelt (Gebesmair & Nölleke-Przybylski, 2019) das Wissen um den Umgang mit Rechnern und entsprechender Software einschließt. Für eine differenziertere Betrachtung des journalistischen Handwerks bilden wir diesen Kompetenzbereich jedoch ebenfalls separat ab.

Wir knüpfen an die bisherige (deutschsprachige) Kompetenzforschung an und legen das oben skizzierte Kompetenzmodell unserer Operationalisierung journalistischer Kompetenzen in der Inhaltsanalyse aktueller Stellenausschreibungen zugrunde. Die Perspektive ist dabei dreigeteilt: auf den Journalismus allgemein, auf digitale journalistische Arbeitsfelder und zugleich auf jene Tätigkeitsbereiche, die das journalistische Arbeiten flankieren. Dieser aufgefächerte Fokus bildet sich in unseren Forschungsfragen ab:

FF1: Welche Kompetenzen und Aufgaben des Journalismus benennen journalistische Stellenausschreibungen?

FF2: Welche Kompetenzen und Aufgaben kennzeichnen *digitale* Arbeitsfelder im Journalismus?

FF3: Welche klassischen und welche neuen Kompetenzfelder prägen den Journalismus, welche die Peripherie journalistischer Tätigkeiten?

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

(3) Untersuchungsdesign

Sampling

Die Selektion relevanter Stellenausschreibungen setzte bei journalistischen Produkten unterschiedlicher Mediengattungen und damit auf der Ebene der Organisationen an. Wer journalistische Produkte produziert, ist – so die grundlegende Annahme – Journalist*in. Stellenausschreibungen für Unternehmen und Abteilungen, die journalistische Produkte produzieren, sind demnach journalistische Stellenausschreibungen. Dies gilt selbstverständlich nicht uneingeschränkt, da Journalismus produzierende Organisationseinheiten auch nicht-journalistische Arbeitsleistungen brauchen, um zu funktionieren (Gebesmair & Nölleke-Przybylski, 2019). Aus diesem Grund erfolgte die finale Identifikation relevanter Stellenanzeigen über einschlägige Schlagworte.

Konkret haben wir folglich zunächst stellvertretend für alle Mediengattungen (Zeitung, Zeitschrift, Radio, Fernsehen, Online only) differenziert nach Sparten (bspw. Abo- und Kaufzeitungen) jeweils zwei journalistische Produkte nach Reichweite ausgewählt. Anschließend haben wir die Unternehmen hinter diesen Medienprodukten identifiziert. Für die Mediengattung Zeitung, spezifischer für Kaufzeitungen, weiter spezifiziert als nationale Kaufzeitungen fiel die Wahl beispielsweise auf die BILD als auflagenstärkste Boulevardzeitung mit nationaler Verbreitung und damit auf das Medienunternehmen Axel Springer (siehe Tabelle 4 im Anhang zum Sample). Auf den Webseiten der insgesamt 41 Medienunternehmen identifizierten wir die Job- und Karriereportale und extrahierten von dort über eine Schlagwortsuche alle relevanten Stellenausschreibungen. Um letztlich in das Sample einzugehen, musste mindestens ein Begriff aufbauend auf den beiden Wortstämmen journal* und redakt* in der Selbstbeschreibung des inserierenden Unternehmens in der Jobbezeichnung, in der Stellenbeschreibung oder im Anforderungsprofil der Ausschreibung enthalten sein. Gerade im Falle großer, integrierter Medienkonzerne, die ihre Rekrutierungsbemühungen teilweise sogar auf eigenen, übergreifenden Jobportalen bündeln, konnte jedoch nicht abschließend gewährleistet werden, dass nicht auch einzelne Stellenausschreibungen nicht-journalistischer Subunternehmen, die zum Konzernportfolio gehören, in das finale Sampling eingingen. Stellenausschreibungen, für die dies offensichtlich der Fall war, sortierten wir im Codierprozess aus. Dies war auch deshalb problemlos möglich, weil das Sample noch einmal durch eine systematische Auswahl reduziert wurde. Wir speicherten alle Stellenausschreibungen, die im Zeitraum vom 22.11.2018 bis zum 7.12.2018 über die Webseiten der Medienunternehmen ausgeschrieben wurden und eines der einschlägigen Schlagworte enthielten, und erhielten so eine Grundgesamtheit von 838 Stellenausschreibungen, von denen aus forschungsökonomischen Gründen im Rahmen einer systematischen Zufallsauswahl n=337 in das finale Sample aufgenommen wurden.

Die standardisierte Inhaltsanalyse: Codebuch und Codierprozess

Das im Rahmen der standardisierten Inhaltsanalyse angewandte Codebuch umfasst neben formalen Kategorien (u. a. zur Art der Anstellung) und solchen zu allgemeinen Merkmalen der Stellenausschreibung insgesamt 54 Variablen zu den Erwartungen des Unternehmens an die potentiellen Bewerber*innen. Darin enthalten sind Kategorien u. a. zum Bildungs- und Studienabschluss oder zur Berufserfahrung, ebenso wie 47 Kompetenzvariablen (siehe hierzu Tabelle 3 im Anhang). Die Codierung der Stellenausschreibungen übernahmen zwei Codiererinnen, die zuvor intensiv geschult wurden. Die Inter-Coder-Reliabilität für das Gesamtcodebuch lag im Pretest bei 0,7 (Krippendorff‘s Alpha).[1]

Die einzelnen Kompetenzen wurden dichotom (vorhanden/nicht vorhanden) immer dann codiert, wenn eine Stellenausschreibung diese Kompetenz entweder in der Aufgabenbeschreibung oder aber im Anforderungsprofil an die Bewerber*innen erwähnte.[2] Zentrale Anweisung an die Codiererinnen war, auch tatsächlich nur manifeste und keine latenten Textinhalte zu codieren (Brosius et al., 2016). Das Codieren nah am Text der Stellenausschreibung und nah an der Bezeichnung und Beschreibung der jeweiligen Variable sollte interpretative Zuordnungen von Kompetenzen beispielsweise zu benannten Aufgaben verhindern.

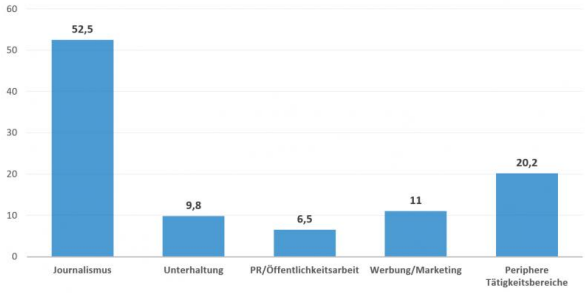
© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

(4) Ergebnisse

Struktur des Gesamtsamples

Trotz des aufwendigen Samplings und des engen Zugriffskriteriums waren am Ende nur etwas mehr als die Hälfte der ausgewählten Stellenangebote dem Journalismus zuzuordnen (vgl. Abbildung 1; alle Abbildungen in voller Größe im Anhang). Jede Anzeige wurde auf Grundlage des darin beschriebenen Tätigkeitsfeldes einer Branche zugeordnet. Die Zuordnung erfolgte in Anlehnung an die Formen öffentlicher Kommunikation in Abgrenzung zum Journalismus (Röttger et al., 2014; Weber, 2000).

Abbildung 2: Stellenanzeigen nach Branchen (in Prozent)



Quelle: Eigene Darstellung, n = 337; Unterhaltung bezieht sich auf die Produktion von Serien, Filmen und die Produktion nonfiktionaler Fernsehunterhaltung (z. B. Shows, Doku-Soaps); PR/Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigt sowohl interne als auch externe Kommunikation und Corporate Publishing

Ein Fünftel der Stellenausschreibungen im Sample ließ sich außerdem keiner dieser Formen öffentlicher Kommunikation zuordnen, was anschaulich belegt, dass trotz des Zugangs zum Untersuchungsgegenstand über die Auswahl dezidiert journalistischer Produkte und den ihnen zugeordneten Organisationseinheiten ein nicht unerheblicher Teil der veröffentlichten Inserate auf den Webseiten der Medienunternehmen nach nicht genuin journalistische Tätigkeiten suchen. In diese Kategorie von Stellen, die den Journalismus flankieren, begleiten und rahmen, fielen vorrangig informatisch-technische, vereinzelt auch juristische, mediengestaltende und organisatorische Stellenangebote[3], die wir als periphere Tätigkeitsbereiche zusammenfassen.

Da es sich hier um Tätigkeitsfelder handelt, die in besonderer Weise auf die Entgrenzung journalistischer Arbeit verweisen, werfen wir im dritten Abschnitt dieses Ergebniskapitels einen gesonderten Blick auf die hier eingeordneten Stellenanzeigen. Zunächst blicken wir in der Ergebnisdarstellung jedoch auf jene Stelleanzeigen, die sich eindeutig der Branche Journalismus zuordnen ließen.

Kompetenzprofile journalistischer Stellenausschreibungen

Mit Blick auf die formalen Anforderungen zeigt sich die hohe Bedeutung des Faktors der einschlägigen Berufserfahrung: Diese erwarten 71,8 Prozent der journalistischen Stellenausschreibungen von ihren Bewerber*innen (vgl. Tabelle 1). Berufserfahrung steht für in der Praxis erworbenes, konkretes Anwendungswissen. Da Journalist*innen die Fähigkeiten, die dem journalistischen Handwerk zugeordnet werden, letztlich „durch reflektierte Medienerfahrung [erlangen]“ (Nowak, 2007, S. 95), ist die Berufserfahrung mit der Handlungskompetenz assoziiert (Altmeppen & Scholl, 1990). Young und Carson (2018; genauso Wenger & Owens 2013) haben in ihren Analysen einschlägiger Stellenausschreibungen gezeigt, dass Berufserfahrung weit vor allen anderen Fähigkeiten und Fertigkeiten als Anforderungen an die Bewerber*innen benannt wird. Sogar knapp zwei Drittel (62,7%) der Praktikums- und Werkvertragsstellen setzen bereits erste praktische Berufserfahrung voraus. Für die journalistischen Stellen liegt der Anteil der Praktikumsstellen noch einmal höher und jener der Festanstellungen niedriger. Dies mag zum einen daran liegen, dass viele Redaktionen immer noch in größerem Umfang auf Mitarbeiter*innen in freien Arbeitsverhältnissen zurückgreifen, gründet höchstwahrscheinlich aber auch in der Tatsache, dass für klassische, journalistische Stellenprofile etablierte Rekrutierungsnetzwerke bestehen, über die noch stärker informell offene Stellen nachbesetzt werden.

Tabelle 1: Berufserfahrung als Anforderung differenziert nach Anstellungsart (in Prozent; n=177)

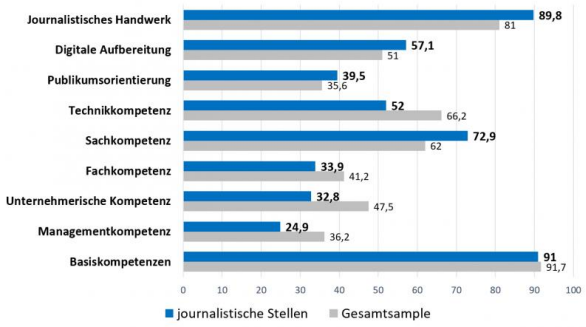
	Berufserfahrung gefordert?	
	Ja	Nein
Praktika & Werkstudent	62,7%	37,3%
Ausbildung (Volontariat & Trainee)	66,7%	33,3%
Freie/r	81,3%	18,8%
Festanstellung	90,9%	9,1%
GESAMT	**71,8%**	**28,2%**

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

Die Relevanz der Handlungskompetenz bestätigt sich in der detaillierten Betrachtung der Fertigkeiten und Kenntnisse, die in journalistischen Stellenausschreibungen eine Rolle spielen. Hier stehen Kategorien des journalistischen Handwerks im Mittelpunkt (vgl. Abbildung 3): In fast 90 Prozent der Anzeigen wird auf Schreib-, Recherche-, Redigierfähigkeiten o. ä. verwiesen. Das journalistische Handwerk liegt damit nahezu gleichauf mit den Basiskompetenzen, die als nicht journalismusspezifische, generische Kompetenzgruppe in nahezu allen Stellenausschreibungen unabhängig von der Branche benannt werden (vgl. Abschnitt 2). Dass das journalistische Handwerk als journalistisch einschlägiges Kompetenzfeld derart herausticht, unterstreicht, dass redaktionell-journalistische Tätigkeitsprofile auch weiterhin im Kern nach jenen instrumentellen Fertigkeiten verlangen, die den journalistischen Arbeitsalltag dominieren (Altmeppen & Arnold, 2013), und den Journalismus traditionell definieren (Dernbach & Loosen, 2012; Ettl-Huber et al., 2016; Örnebring & Mellado, 2018).

Digitale Aufbereitung als vergleichsweise neuer Teilbereich des journalistischen Handwerks ist Gegenstand in immerhin 57,1 Prozent der Ausschreibungen. Die Publikumsorientierung, die ebenfalls diesem Kompetenzfeld zuzuordnen ist, spielt eine etwas geringere Rolle mit knapp 40 Prozent. Darunter fallen Formulierungen in den Anzeigen, die entweder eine publikumsgerechte Vermittlung oder die direkte Interaktion mit den Zielgruppen von den potentiellen Bewerber*innen fordern: So sucht beispielsweise die Huffington Post „eine*n Redakteur*in Entertainment“, der „möglichst viele User erreichen“ möchte und dabei seine „Zielgruppe versteht“, der SWR koppelt sein Praktikumsangebot für den Tigerentenclub an eine „Affinität zu Kinderthemen“ und die Fähigkeit zur Recherche „kindgerechter Themen“. Noch konkreter wird die Ippen-Gruppe, die für die Onlineplattformen von Merkur und tz eine*n Redakteur*in für das „Audience Development“ einstellen möchte. Für die Welt soll der bzw. die zukünftige Social-Media-Redakteur*in gar die Community-Strategie weiterentwickeln und den Kontakt zu bestehende Gemeinschaften in den sozialen Netzwerken pflegen und ausbauen.

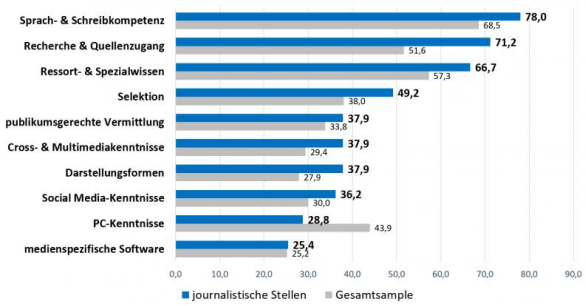
Abbildung 3: Häufigkeit der in Stellenanzeigen benannten Kompetenzfelder (in Prozent)



Quelle: eigene Darstellung

Neben dem journalistischen Handwerk rekurrieren 72,9 Prozent der Stellenausschreibungen auf ein explizites Allgemein- und/oder Spezialwissen der Bewerber*in (vgl. Abbildung 3): Dies ist sicherlich auch darauf zurückzuführen, dass ein breites Verständnis von Spezialwissen die Analyse anleitete. Neben großen Ressortthemen wie Politik oder Sport wurden beispielsweise auch spezifische, wenig formalisierte Wissensbereiche wie „Essen und Trinken“ oder „exzellentes Fachwissen im internationalen und nationalen Star-Kosmos“ als Spezialwissen codiert. Eine vergleichsweise kleine Rolle spielt hingegen die Fachkompetenz, auf die nur ein Drittel der Stellenanzeigen verweisen. Dies gründet in der engen Definition des Kompetenzfeldes, welches zumal sehr spezifisches, insbesondere in der hochschulgebundenen Ausbildung thematisiertes Wissen (Nowak, 2007) umfasst. Die neuen Kompetenzbereiche der unternehmerischen Kompetenz und der Managementkompetenzen tauchen immerhin in knapp einem Drittel bzw. einem Viertel der journalistischen Stellenanzeigen auf.

Abbildung 4: Top 10 der genannten Kompetenzen (ohne Basiskompetenzen) in Prozent



Quelle: Eigene Darstellung

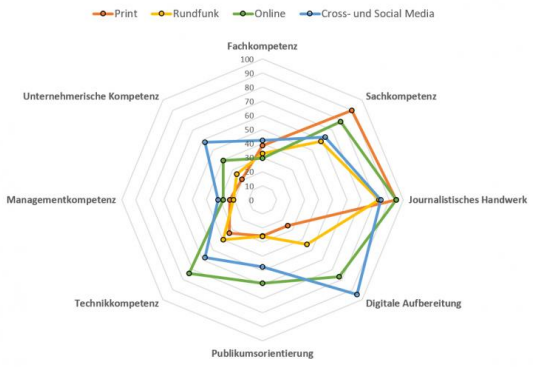
© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

Die Hierarchie der Kompetenzfelder spiegelt sich wenig überraschend auch in der Rangfolge der meistgenannten Einzelkompetenzen wider (vgl. Abbildung 4). Die Sprach- und Schreibkompetenz wird explizit in mehr als Dreiviertel der journalistischen Stellenausschreibungen benannt. Darüber hinaus sticht die Recherchekompetenz mit einer Nennung in 71,2 Prozent der Anzeigen hervor. Die spezifische Relevanz der Recherche im Journalismus wird dabei auch im Vergleich zum Gesamtsample deutlich. In den Top 10 finden sich ansonsten überwiegend Verweise auf technische Fähigkeiten. Besonders erwähnenswert erscheint an dieser Stelle das hohe Ranking der Kompetenz „publikumsgerechte Vermittlung", welche das Veränderungspotential von dynamischen Netzwerköffentlichkeiten (Neuberger, 2014) hinsichtlich der Ausrichtung des professionellen Journalismus auf die Bedürfnisse der Rezipient*innen veranschaulicht.

Differenzierte Auswertung journalistischer Kompetenzprofile

Die folgenden Ergebnisse der Inhaltsanalyse geben Hinweise darauf, wie sich journalistische Tätigkeitsprofile je nach Mediengattung und Anstellungsverhältnis unterscheiden.

Abbildung 5: Kompetenzen nach Mediengattung der nachfragenden Unternehmenseinheit



Quelle: eigene Darstellung

Entsprechend des Tätigkeitsfeldes spielen Technikkompetenz und digitale Aufbereitung, aber auch unternehmerische und die Fachkompetenz eine signifikant hervorgehobene Rolle in den Bereichen Online, Crossmedia und Social Media (vgl. Abbildung 5 und Tabelle 2).

Tabelle 2: In journalistischen Stellen benannte Kompetenzen nach Mediengattung (in Prozent, n = 177)

Kompetenzgruppe	Mediengattung			
	Print	Rundfunk	Online	Cross- und Social Media
Fachkompetenz**	38,5	32,8	29,5	42,1
Sachkompetenz	89,7	58,6	78,7	63,2
Journalistisches Handwerk	94,9	82,8	95,1	84,2
Digitale Aufbereitung*	25,6	44,8	77	94,7
Publikumsorientierung	25,6	25,9	59	47,4
Technikkompetenz**	33,3	39,7	73,8	57,9
Managementkompetenz	23,1	20,7	27,9	31,6
Unternehmerische Kompetenz*	20,5	25,9	39,3	57,9

Erklärung: Entscheidend für die Zuordnung der Stellenanzeigen zu einer der Mediengattungen war nicht die konkrete Tätigkeit, sondern die Unternehmenseinheit, in der der Arbeitsplatz angesiedelt war. Unterschiede in der Häufigkeit Kompetenzprofile nach Mediengattung mittels Chi-Quadrat-Test; p < .05 (*) und p < .01 (**)

Dieses Ergebnis wird ergänzt durch die häufigere Nennung von Kompetenzen im Bereich der Publikumsorientierung: Für Journalist*innen, die in digitalen, onlinebasierten Tätigkeitsfeldern arbeiten, ist das Publikum in der alltäglichen Arbeit präsenter als in klassischen Mediengattungen, weil direkte Interaktionen nicht nur möglich, sondern mitunter tätigkeitsdefinierend sind (Hölig & Loosen, 2018; Wall, 2017; Engesser, 2013). Interessant ist, dass – auch wenn die Unterschiede nicht signifikant sind – im Online-, noch mehr aber im Cross- und Social-Media-Bereich die unternehmerische Kompetenz hervorsticht. Die Daten zeigen, dass die vielfältigen Gestaltungs- und unmittelbaren Vermarktungsmöglichkeiten der Cross- und Social-Media-Arbeit mehr Selbstvermarktungskompetenz, Marketingwissen, innovatives und strategisches Denken erfordern. Journalistisches Handwerk spielt unabhängig von der Mediengattung in allen Stellenausschreibungen eine zentrale Rolle. Ähnliches gilt zwar auch für eine Betrachtung der Stellen nach Art der Anstellung, allerdings führt die größere Varianz der Ergebnisse hier zu höchst signifikanten Abweichungen zwischen den verschiedenen Anstellungsgruppen (vgl. Tabelle 3; Kompetenzfelder mit signifikanten Abweichungen grau hinterlegt).

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

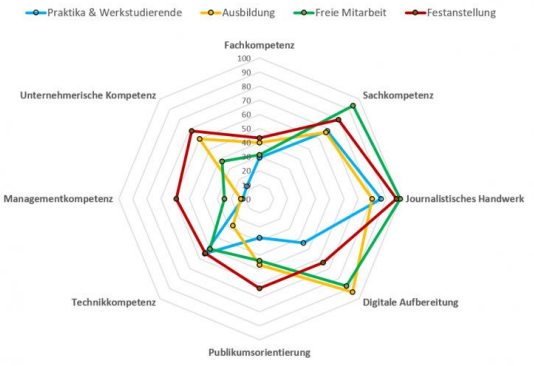
Tabelle 3: In journalistischen Stellen benannte Kompetenzen nach Art der Anstellung (in Prozent, n=177)

Kompetenzgruppe	Art der Anstellung			
	Praktika & Werk-studierende	Ausbildung	Freie Mit-arbeit	Festanstellung
Fachkompetenz**	29,4	40	31,3	43,2
Sachkompetenz	68,2	66,7	93,8	79,5
Journalistisches Hand-werk**	86,3	80	100	97,2
Digitale Aufbereitung*	44,1	93,3	87,5	63,7
Publikumsorientierung	27,5	46,7	43,8	63,6
Technikkompetenz	54,9	26,7	50	54,5
Managementkompetenz	11,8	13,3	25	59,1
Unternehmerische Kompe-tenz	12,7	60	37,6	68,2

Erklärung: Anteil der Stellenanzeigen, in denen Kompetenzen der jeweiligen Kompetenzgruppe genannt werden; Ausbildung = Volontariate & Traineestellen. Unterschiede in der Häufigkeit Kompetenzprofile nach Art der Anstellung (Chi-Quadrat-Test; p < .05 (*) und p < .01 (**)

Dies ist vor allem auf die Ausbildungsanzeigen zurückzuführen: Rund 80 Prozent der Ausschreibungen für Volontärs- und Traineestellen verweisen auf die journalistische Handwerkskompetenz. Mit Vorsicht lässt sich diese reduzierte Dominanz von Kompetenzen des traditionellen journalistischen Handwerks in den Stellenausschreibungen für Neueinsteiger*innen als Indiz für den Wandel der Berufsfelder interpretieren. Für eine verlässlichere Aussage müssten die Inserate in einem zweiten Schritt qualitativ analysiert werden.

*Abbildung 6: Kompetenzen von Journalist*innen nach Art der Anstellung*



Quelle: eigene Darstellung

In welche Richtung sich journalistische Tätigkeitsprofile zukünftig wandeln könnten, deuten die Ergebnisse zum Kompetenzbereich „Digitale Aufbereitung" an (vgl. Abbildung 6). Kompetenzen aus diesem Feld spielen in Stellen für freie Mitarbeiter*innen, noch mehr aber in Ausbildungsstellen eine signifikant häufigere Rolle. Im Einzelnen sind es Fähigkeiten wie crossmediales Denken und multimediale Aufbereitung, der Umgang mit Social-Media-Kanälen, Statistikwissen und Analysekompetenz, welche die Volontärs- und Traineeausbildung prägen. In der Gegenüberstellung der Stellen nach Anstellungsart stechen außerdem die Sachkompetenzen in Stellenausschreibungen für Freie hervor. Freie Mitarbeiter*innen (93,8%) sind offenbar jene, die das Spezialwissen in die Redaktion tragen. Festangestellte Journalist*innen wiederum sind tendenziell jene, die dieses Spezialwissen koordinieren, indem sie Organisations- und Managementaufgaben (59,1%) übernehmen. Tatsächlich erfolgt redaktionelle Koordination und Organisation institutionalisiert in den Redaktionen (Meier, 2018), während Leitungsfunktionen nur von einem sehr geringen Teil freier Journalist*innen übernommen werden (Steindl et al., 2017).

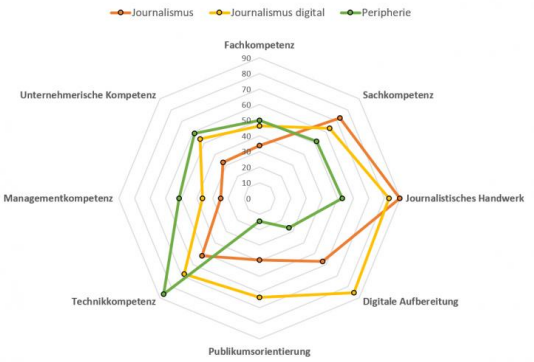
*Journalist*innen, digitale Journalist*innen und peripher Tätige*

Bisherige Analysen journalistischer Stellenausschreibungen zeigen: Technisches Wissen und technische Fertigkeiten gewinnen im Journalismus an Bedeutung (Bakker, 2014; Wenger & Owens, 2013; Wenger et al., 2014). Journalist*innen selbst müssen zunehmend nicht nur die Interaktion mit User*innen moderieren, sondern z. T. auch technisch evaluieren. Unsere Ergebnisse unterstreichen, dass sie häufig multimedial produzieren und Kenntnisse über spezielle Software und Tools benötigen. Journalist*innen arbeiten dafür zunehmend mit Expert*innen im Bereich der technischen Entwicklung und Gestaltung zusammen – eine Herausforderung für das Redaktionsmanagement (Boyles, 2016). Vor diesem Hintergrund ist es relevant zu betrachten, inwieweit sich die Kompetenzprofile der Journalist*innen von den nicht-journalistisch, aber doch in Peripherie zur redaktionellen Arbeit Tätigen unterscheiden. Um zu konkretisieren, inwieweit sich beobachtete Unterschiede grundlegend auf den Journalismus oder aber nur auf digitalisierte Arbeitswelten beziehen, ist es dabei zudem interessant, den Blick auf digitalen Journalismus zu spezifizieren.[4]

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

Abbildung 7 stellt dar, wie sich die Nennung der einzelnen Kompetenzfelder zwischen journalistischen und peripheren Tätigkeitsbereichen unterscheidet. Auffällig ist die Neigung peripherer Stellenprofile hin zu jenen Kompetenzfeldern, die das journalistische Kompetenzportfolio in der wissenschaftlichen Betrachtung erst in den vergangenen Jahren erweitert haben (vgl. Abschnitt 2): Die Technikkompetenz wird in 86,8 Prozent dieser Stellenausschreibungen benannt, was starke Bezüge zu technischen Berufsprofilen unterstreicht. Mehr als die Hälfte der Stellenausschreibungen in dieser Kategorie verweist zudem auf die unternehmerische (58,8%) und die Managementkompetenz (51,5%). Peripher Tätige tragen offenbar jene Fähigkeiten bei, die die Journalist*innen gerade erst noch adaptieren und ggfs. auch nur teilweise adaptieren müssen, weil spezialisierte Expert*innen sie unterstützen.

*Abbildung 7: Kompetenzprofile in Stellen für Journalist*innen, digitale Journalist*innen & peripher Tätige*



Quelle: Eigene Darstellung; Journalismus: n = 177, davon digitaler Journalismus n= 41; Peripherie: n = 68

Interessant ist, wie sich das journalistische Kompetenzprofil verschiebt, wenn man nur die Ausschreibungen für digitalen Journalismus berücksichtigt: Die journalistische Handwerks- und die Sachkompetenz spielen, wie im Journalismus allgemein, auch im digitalen Journalismus eine hervorgehobene Rolle. Deutlich sticht dabei aber das Feld der digitalen Aufbereitung als handwerkliches, aber eben offenbar digitaltypisches Kompetenzfeld hervor. Dies ist zudem ein Kompetenzfeld, das in peripheren Stellenprofilen eine vergleichsweise geringe Rolle spielt: Offensichtlich liefern peripher Tätige vorrangig die technische Infrastruktur und gestalten Organisationsprozesse. Mit digitaler Contentgestaltung haben sie hingegen wenig zu tun. Ebenfalls Aufgabe der digitalen Journalist*innen ist es wiederum, das Publikum in besondere Weise im Blick zu behalten und die Publikumsinteraktion zu gestalten. Insgesamt ist der/die digitale Journalist*in offenbar etwas anderes als der/die Techniker*in der Redaktion: Digitale Journalist*innen haben ihr eigenes Profil. Für ihr Stellenausschreibungs-Sample aus den Jahren 2009 und 2010 hielten Young und Carson (2018, S. 468) noch fest, dass Arbeitgeber*innen zwischen journalistischen Fertigkeiten und jenen des für Online und Digitales zuständigen Personals unterscheiden. Eine Konvergenz von Aufgabenfeldern findet offenbar auch weiterhin nicht statt. Die Trennlinie scheint fortzubestehen. Ergänzt wird die Zweiteilung jedoch um ein Tätigkeitsprofil, das eindeutig im Journalismus gründet, aber nicht als Journalist*innen-Techniker*innen-Hybrid verstanden werden muss. Digitale Journalist*innen stehen dabei nicht einfach zwischen Journalismus und Technik. Ihr Tätigkeitsprofil ergänzt die traditionelle Zweiteilung um ein eigenes Berufsprofil.

(5) Diskussion der Ergebnisse

Die vorliegende Studie zielt darauf, einen sich im Wandel befindlichen Journalismus über journalistische Stellenausschreibungen zu beschreiben und zu definieren. Die Möglichkeiten, dies tatsächlich valide zu tun, ist mit einigen Einschränkungen verbunden. Zunächst einmal bilden Stellenausschreibungen nur einen Ausschnitt des Rekrutierungsprozesses im Journalismus ab. Daher entziehen sich bestimmte Tätigkeitsbereiche und -profile einer Analyse, weil sie schlichtweg nicht ausgeschrieben werden. Es handelt sich bei den Ergebnissen zudem lediglich um eine Momentaufnahme. Der Wandel kann somit nicht in seiner Dynamik erfasst, die Ergebnisse nur in Relation zu früheren Erkenntnissen bewertet werden. Eine Differenzierung zwischen traditionellem und digitalen Journalismus ist zunehmend nur künstlich und analytisch möglich, weil, wenn schon nicht die Produkte selbst, dann zumindest die Arbeitsinfrastrukturen mittlerweile digitalisiert sind. Da der Journalismus unaufhaltsam digital wird, ist das Kompetenzprofil, das den digitalen Journalismus auszeichnet, jenes, das den Journalismus wohl zukünftig insgesamt prägen wird. Digitale Journalist*innen verfügen dabei über ein eigenes Berufsprofil, das sich von jenem der Techniker*innen unterscheidet, wenngleich es dem der technischen Tätigkeiten in einigen Facetten – der Technikkompetenz, der unternehmerischen und der

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

Managementkompetenz – durchaus nahe ist. Wie stark dies letztlich der Fall ist, ist sicher auch abhängig von der jeweiligen Redaktionsorganisation, der Größe einer Redaktion und der Tiefe der daran gekoppelten Arbeitsteilung (Altmeppen & Arnold, 2013).

Auffällig und diskussionswürdig ist der hohe Anteil von Praktikumsstellen im Sample. Dass vor allem Praktika ausgeschrieben werden, zeigt nicht nur, wie wichtig Praktika sind und wie sehr un- und unterbezahlte Tätigkeiten mediale Produktion stützen. Die Tatsache, dass vor allem Praktika ausgeschrieben werden, ist zudem ein Beleg dafür, wie wichtig praktische Erfahrungen im Rekrutierungsprozess sind, da sie ein realistisches Bild vom (zukünftigen) Tätigkeitsfeld und damit eine adäquate Vorstellung von den dafür notwendigen Kompetenzen vermitteln (Vasilendiuc & Sutu, 2020). Praxiserfahrung ist nicht Ergebnis, sondern Ausgangspunkt des Berufseinstiegs: Nahezu alle Studierende verfügen bereits in einer frühen Phase ihres Studiums über praktische Erfahrungen (Hanitzsch et al., 2016). Praktikant*innenstellen sind jene, die auch tatsächlich noch ausgeschrieben werden, weil sie überhaupt erst einen Zugang zum journalistischen Arbeitsmarkt ermöglichen. Vor dem Hintergrund der Dominanz der Praktikumsstellen im Sample gewährt unsere Analyse nicht nur eine Momentaufnahme dessen, was journalistische Arbeit im Kern ausmacht, sondern zeigt vielmehr auch, welche Schranken zu überwinden sind, um Teil dieses professionellen Feldes zu werden. Zukünftige Untersuchungen könnten hier von vorneherein ihr Erkenntnisinteresse spezifizieren und beispielsweise Praktika- und Ausbildungsstellen gesondert betrachten.

(6) Die Inhaltsanalyse als methodische Wiederentdeckung einer neujustierten Journalismusforschung?

Was ist Journalismus? Wie verändert er sich? Und wie kann dieser Wandel theoretisch und empirisch gefasst werden? Wir plädieren für einen kompetenzbasierten Zugang und die methodische Wiederentdeckung der Inhaltsanalyse, um zur Beantwortung dieser Fragen beizutragen. Die geringe Reaktivität einer standardisierten Inhaltsanalyse (Dieckmann, 2006; König et al., 2009), wie sie in dieser Studie zum Einsatz kam, ermöglicht einen validen Blick auf (zumindest organisational) konsentierte Aufgaben- und Kompetenzprofile von Journalist*innen. Mit entsprechenden Analyseressourcen ließen sich so auch große Datensätze und dabei vor allem frei zugängliche Daten analysieren. Selbstverständlich steht und fällt die Aussagekraft der Studie auch in einer inhaltsanalytischen Betrachtung mit dem Sampling. Der stichwortbasierte Zugriff auf einschlägiges Material kann nicht unhinterfragt bleiben: Ist überall, wo Journalismus draufsteht, auch tatsächlich Journalismus drin? Oder wird nicht vielleicht auch da Journalismus betrieben, wo ein entsprechendes Label fehlt? Der Ausgangspunkt für eine Identifikation dessen, was Journalismus traditionell und im Kern ausmacht, steckt im breiten Forschungskorpus, der seit Jahrzehnten vor allem im Hinblick auf die journalistische Ausbildung diskutiert wird (vgl. Abschnitt 2): Es herrscht ein breiter Konsens darüber, was Journalist*innen im Kern können, wissen und tun müssen. Diskussionswürdig ist, ob dieser Ausgangspunkt auch tatsächlich in Analysen eines organisational verankerten Journalismus – wie hier vollzogen – münden muss.

Wie sehr sich der Journalismus und seine Arbeitskontexte verändern, zeigt sich an der Schwierigkeit, Stellenausschreibungen zu identifizieren, die sich als idealtypisch journalistisch bezeichnen lassen. Das enge Zugriffskriterium diente dazu, das journalistische Feld von innen heraus zu definieren. Trotzdem gerieten wir im Samplingprozess immer auch an den Rand des journalistischen Feldes. Das wirft die Frage auf, inwieweit sich das Journalistische valide nur auf Grundlage der Identifikation journalistischer Organisationen erfassen lässt – oder ob es nicht losgelöst von den klassischen, organisationalen Strukturen betrachtet werden müsste. Diskussionen wie jene um die Auszeichnung des Youtubers Rezo mit einem journalistischen Prestigepreis (Meedia, 2020) belegen, dass sich Journalismus ganz sicher nicht nur in Redaktionen abspielt und vielleicht sogar als Gelegenheits- und Ausnahmeprodukt einzelner Medienschaffender stattfinden kann. Misst man idealtypisch definiertes journalistisches Handeln über die gesellschaftliche Leistung des Journalismus und nicht über den Grad seiner Institutionalisierung, so ist es schlüssig, auch jenseits organisationaler Grenzen nach dem Journalistischen zu fahnden. Eine valide Erfassung dessen, was Journalismus definiert, ist dann möglicherweise kaum ohne ergänzenden Blick auf normative Funktionen (Eldridge & Steel, 2016) und Publikumserwartungen möglich (Loosen & Schmidt, 2012).

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

Anmerkungen

Fußnote 1: In die Überprüfung der Reliabilität zwischen den Codiererinnen sind insgesamt 70 Variablen (420 Paarvergleiche) eingeflossen. Die Berechnungen nach Krippendorff (Hayes & Krippendorff, 2007) basieren auf den Codierungen zu sechs prototypisch ausgewählten Stellenanzeigen, die im Untersuchungszeitraum veröffentlicht wurden, nicht aber Teil des Samples waren. Auch wenn es keine allgemeingültigen Grenzwerte gibt, gelten in der Regel Ergebnisse zwischen .61 und .80 als ausreichend (Landis & Koch, 1977; Krippendorff, 2004). Aufgrund des sehr umfassenden Codebuchs, den teils anspruchsvollen Kategorien u. a. zur Erfassung von Kompetenzen, die eine hohe inhaltliche Nähe zueinander aufweisen (z. B. Selbstvermarktung/ Selbstorganisation, Motivation/ Lernbereitschaft), und der Tatsache, dass es sich um ein sehr konservatives Reliabilitätsmaß handelt, halten wir ein Overall-Krippendorff's Alpha von 0.7 für ausreichend.

Fußnote 2: Zu berücksichtigen ist, dass sich Kompetenzen, wenn sie in Stellenausschreibungen identifiziert werden sollen, kaum von Aufgabenbeschreibungen trennen lassen. Dass sich Aufgaben und Kompetenzen in solch einer Inhaltsanalyse kaum unterscheiden lassen, zeigt sich auch daran, dass andere Studien eine entsprechende Differenzierung weder thematisieren noch problematisieren. Vielmehr werden Aufgaben (tasks) und Kompetenzen (expertise, skills) synonym verwendet (Bakker, 2014; Guo & Volz, 2019).

Fußnote 3: Beispiele für solche Stellenprofile sind: Content Manager digital in Teilzeit (m/w/d), IT-Support Mitarbeiter/in, Senior UX Designer – BILD, Werkstudent (m/w/d) im Bereich Datenschutz, Senior Frontend Engineer (m/f/d) oder Praktikant Live Graphics Operations (m/w).

Fußnote 4: Hierzu wurde der Datensatz nochmals anders aufbereitet und nach einer weiteren Variable strukturiert. Das Codebuch erfasste nicht nur die Branche der untersuchten Inserate, sondern ebenfalls auf einer fünfstufigen, zweiseitigen Skala (semantisches Differential), ob das beschriebene Stellenprofil eher traditionellen oder digitalen Tätigkeitsbereichen zugeordnet werden kann. Die als „digitaler Journalismus" extrahierten Stellenausschreibungen sind jene, die mit dem höchsten Wert (5) codiert und damit als eindeutig digitales Arbeitsfeld identifiziert wurden.

Literaturverzeichnis

Altmeppen, K.-D. (2006). *Journalismus und Medien als Organisationen. Leistungen, Strukturen und Management*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Altmeppen, K.-D., & Arnold, K. (2013): *Journalistik. Grundlagen eines organisationalen Handlungsfeldes* (Sozialwissenschaften 10-2012). München: Oldenbourg. https://doi.org/10.1524/9783486719437

Altmeppen, K.-D., Bieber, C., Filipovic, A., Heesen, J., Neuberger, C., & Röttger, U. (2019). Öffentlichkeit, Verantwortung und Gemeinwohl im digitalen Zeitalter. *Publizistik* 64 (1), S. 59-77. https://doi.org/10.1007/s11616-018-00463-1.

Altmeppen, K.-D., & Scholl, A. (1990). Allround-Genies gesucht! In: S. Weischenberg (Hg.), *Journalismus & Kompetenz* (S. 243-259). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bakker, P. (2014). Mr. Gates Returns. *Journalism Studies* 15 (5), S. 596-606. https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.901783.

Bentivegna, S., & Marchetti, R. (2018). Journalists at a crossroads. Are traditional norms and practices challenged by Twitter? *Journalism* 19 (2), S. 270-290. https://doi.org/10.1177/1464884917716594.

Bettendorf, S. (2019). Instagram-Journalismus. *Ein Leitfaden für Redaktionen und freie Journalisten*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Bönisch, J. (2019). *Mein Blick auf den Journalimus. Wir brauchen gute Manager an der Spitze von Redaktionen*. Journalist.de. https://www.journalist.de/startseite/detail/article/wir-brauchen-gute-manager-an-der-spitze-von-redaktionen (abgerufen am 19.08.2020).

Boyles, J. L. (2016). The isolation of innovation. In: *Digital Journalism* 4 (2), S. 229-246. https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1022193.

Brosius, H.-B., Haas, A., & Koschel, F. (2016). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung*.

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Buschow, C. (2018). Journalistik praxistheoretisch betreiben. *Publizistik* 18 (2), S. 1-22. https://doi.org/10.1007/s11616-018-0458-5.

Casero-Ripollés, A., Izquierdo-Castillo, J., & Doménech-Fabregat, H. (2016). The Journalists of the future meet entrepreneurial journalism. *Journalism Practice* 10 (2), S. 286-303. https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1123108.

Coddington, M. (2014). Defending judgment and context in 'original reporting'. Journalists' construction of newswork in a networked age. *Journalism* 15 (6), S. 678-695. https://doi.org/10.1177/1464884913501244.

Dernbach, B. (2016). Ausbildung für Journalismus. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 475-487). Wiesbaden: Springer VS.

Dernbach, B., & Loosen, W. (2012). Die didaktischen Herausforderungen in der Journalistik und der Journalistenausbildung. In B. Dernbach & W. Loosen (Hg.), *Didaktik der Journalistik. Konzepte, Methoden und Beispiele aus der Journalistenausbildung* (S. 11-20). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Deuze, M., & Dimoudi, C. (2002). Online journalists in the Netherlands. *Journalism* 3 (1), S. 85-100. https://doi.org/10.1177/146488490200300103.

Dieckmann, A. (2006). *Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen* (15. Auflage). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.

Eldridge, S., & Steel, J. (2016). Normative expectations. *Journalism Studies* 17 (7), S. 817-826. https://doi.org/10.1080/1461670X.2016. 1154795.

Eldridge, S. A. (2014). Boundary maintenance and interloper media reaction. *Journalism Studies* 15 (1), S. 1-16. https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.791077.

Engesser, S. (2013). *Die Qualität des Partizipativen Journalismus im Web. Bausteine für ein integratives theoretisches Konzept und eine explanative empirische Analyse*. Wiesbaden: Springer VS.

English, P. (2016). Mapping the sports journalism field. Bourdieu and broadsheet newsrooms. Journalism 17 (8), S. 1001-1017. https://doi.org/10.1177/1464884915576728.

Ettl-Huber, S., Rinke, W., & Zeiller, M. (2016). Journalistischer Kompetenzbedarf in PR und Online-Marketingkommunikation – Eine ANN-Analyse am Beispiel von Studierenden in onlinefokussierten Kommunikationsstudiengängen. In N. Gonser & U. Rußmann (Hg.), *Verschwimmende Grenzen zwischen Journalismus, Public Relations, Werbung und Marketing: Aktuelle Befunde aus Theorie und Praxis* (S. 45-63). [Place of publication not identified]: Springer Science and Business Media; Springer VS.

Gebesmair, A., & Nölleke-Przybylski, P. (2019). Schlüsselaspekte der Medienproduktion. In J. Krone & T. Pellegrini (Hg.), *Handbuch Medienökonomie (S. 1-38)*. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09632-8_18-1.

Gossel, B. M. (2015). Quo Vadis Journalistenausbildung? Teil 2: Beschreibung, Bewertung und Verbesserung der journalistischen Ausbildung. In A. Will (Hg.), *Diskussionspapiere Menschen – Märkte – Medien – Management (S. 1-60)*. Ilmenau.

Gossel, B. M. (2019). Wissenschaftliche Studie: Quo Vadis Journalistenausbildung. Eine empirische Studie zur Journalistenausbildung aus Sicht junger Journalistinnen und Journalisten. In B. M. Gossel & K. Konyen (Hg.), *Quo Vadis Journalistenausbildung? Befunde und Konzepte für eine zeitgemäße Ausbildung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Gossel, B. M., & Kalka, R. (2015). Entrepreneurial Journalism - JournalistInnen als UnternehmerInnen? Eine empirische Bestandsaufnahme von Entrepreneurship Education im Rahmen der Journalistenausbildung in Deutschland. In S. Pagel (Hg.), *Schnittstellen (in) der Medienökonomie* (Reihe Medienökonomie, Band 8, S. 143-163). Baden-Baden: Nomos.

Guo, L., & Volz, Y. (2019). (Re)defining journalistic expertise in the digital transformation: A content analysis of job announcements. *Journalism Practice* 13 (10), S. 1294-1315. https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1588147.

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

Hanitzsch, T., Lauerer, C., & Steindl, N. (2016). Journalismus studieren in der Krise. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 64 (4), S. 465-482. https://doi.org/10.5771/1615-634X-2016-4-465.

Hanusch, F. (2011). A profile of Australian travel journalists' professional views and ethical standards. *Journalism* 13 (5), S. 668-686. https://doi.org/10.1177/1464884911398338.

Harnischmacher, M. (2019). Internationale Perspektive. In: B. M. Gossel & K. Konyen (Hg.): *Quo Vadis Journalistenausbildung? Befunde und Konzepte für eine zeitgemäße Ausbildung* (S.81-89). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Hayes, A. F., & Krippendorff, K. (2007). Answering the Call for a Standard reliability Measure for Coding data. *Communication Methods and Measures* 1 (1), S. 77-89.

Himma-Kadakas, M., & Palmiste, G. (2019). Expectations and the actual performance of skills in online journalism. In *Journal of Baltic Studies* 50 (2), S. 251-267. https://doi.org/10.1080/01629778.2018.1479718.

Hölig, S., & Loosen, W. (2018). Das Publikum des Journalismus. Nachrichtenrezeption, Einstellungen und aktive Beteiligung. In C. Nuernbergk & C. Neuberger (Hg.), *Journalismus im Internet (2. Auflage, S. 209-240)*. Wiesbaden: Springer VS.

Jarren, O. (2019). Fundamentale Institutionalisierung: Social Media als neue globale Kommunikationsinfrastruktur. Der Beitrag der Kommunikationswissenschaft zur Analyse medialer Institutionalisierungsprozesse. *Publizistik*, 64 (2), S. 163-179.

Kartveit, K. (2017). How do they do it? Multimedia journalism and perceptions of the practice. *Journalism* 60 (2), S. 1-18. https://doi.org/10.1177/1464884917726420.

Klinger, U., & Svensson, J. (2016). Network Media Logic: Some Conceptual Considerations. In A. Bruns, G. Enli, E. Skogerbo, A. O. Larsson & C. Christensen (Hg.), *Routledge Companion to Social Media and Politics* (S. 23-38), New York/London.

König, C., Stahl, M., & Wiegand, E. (Hg.) (2009). *Nicht-reaktive Erhebungsverfahren: 8. Wissenschaftliche Tagung* (GESIS-Schriftenreihe, 1). Bonn: GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.21241/ssoar.26126.

Kramp, L. (2013). Profession am Scheideweg Journalismus zwischen Aufbruch und Existenzängsten. In L. Kramp, L. Novy, D. Ballwieser & K. Wenzlaff (Hg.), *Journalismus in der digitalen Moderne. Einsichten – Ansichten – Aussichten* (S. 33-62). Dordrecht: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-01144-4_3.

Krippendorff, K. (2004). Reliability in Content Analysis: some common Misconceptions and Recommendations. *Human Communication Research* 30(3), S. 411-433. http://repository.upenn.edu/asc_papers/242. (Letzter Zugriff: 07.07.2020)

Landis, R. J., & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33(1), S. 159-174.

Le Masurier, M. (2020). Like Water & Oil? Fashion photography as journalistic comment. *Journalism* 21 (6), S. 821-837. https://doi.org/10.1177/1464884919860926.

Loosen, W. (2016). Journalismus als (ent-)differenziertes Phänomen. In: M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hg.): *Handbuch Journalismustheorien* (S. 177-189). Wiesbaden: Springer VS.

Loosen, W., & Schmidt, J.-H. (2012): (Re-)discovering the audience. The relationship between journalism and audience in networked digital media. In: *Information, Communication & Society* 15 (6), S. 867-887. https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.665467.

Maares, P., & Hanusch, F. (2020). Exploring the boundaries of journalism: Instagram micro-bloggers in the twilight zone of lifestyle journalism. *Journalism* 21 (2), S. 262-278. https://doi.org/10.1177/1464884918801400.

Mast, J., Coesemans, R., & Temmerman, M. (2017). Hybridity and the news. Blending genres and interaction patterns in new forms of journalism. *Journalism* 18 (1), S. 3-10. https://doi.org/10.1177/1464884916657520.

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

Meedia. (2020, Juni 25). *Rezo und Christian Drosten gewinnen Award*. Meedia.de. https://meedia.de/2020/06/25/rezo-und-christian-drosten-gewinnen-award/ (abgerufen am 12.07.2020).

Meedia (2019, September 19). *RND-Chefredakteur Marco Fenske: „Journalisten sollten nicht glauben, sie hätten mit der Monetarisierung ihrer Inhalte nichts zu tun"*.Meedia.de.https://meedia.de/2019/09/19/rnd-chefredakteur-fenske-journalisten-sollten-nicht-glauben-sie-haetten-mit-der-monetarisierung-ihrer-inhalte-nichts-zu-tun/ (abgerufen am 20.08.2020).

Meier, K. (2018). *Journalistik* (4., überarbeitete Auflage). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Neuberger, C. (2014). Konflikt, Konkurrenz und Kooperation. Interaktionsmodi in einer Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 4, S. 567-587.

Neuberger, C., & Federkeil, G. (2011). *Nach dem Bachelor: Weiterstudium oder Berufsstart? Ergebnisse der ersten bundesweiten Absolventenbefragung in der Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Hg. v. Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V., Der Vorstand. Münster/Eichstätt.

Neuberger, C., Nuernbergk, C., & Langenohl, S. (2019). Journalism as multichannel communication. *Journalism Studies* 20 (9), S. 1260-1280. https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1507685.

Nowak, E. (2007). *Qualitätsmodell für die Journalistenausbildung. Kompetenzen, Ausbildungswege, Fachdidaktik*. Dissertation. Universität Dortmund, Dortmund.

Örnebring, H., & Mellado, C. (2018). Valued skills among journalists: An exploratory comparison of six European nations. *Journalism* 19 (4), S. 445-463. https://doi.org/10.1177/1464884916657514.

Primbs, S. (2015). *Social Media für Journalisten. Redaktionell arbeiten mit Facebook, Twitter & Co*. Wiesbaden: Springer VS.

Raabe, J. (2016). Journalismus als kulturelle Praxis. In: M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hg.), *Handbuch Journalismustheorien (S. 339-354)*. Wiesbaden: Springer VS.

Röttger, U., Preusse, J., & Schmitt, J. (2014). *Grundlagen der Public Relations. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung* (2., aktualisierte Ausg.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Ryfe, D. M. (2017). A practice approach to the study of news production. *Journalism* 19 (2), S. 217-233. https://doi.org/10.1177/1464884917699854.

Sadrozinski, J. (2013). Zwischen Beruf und Berufung Wie sich das Bild des Journalisten wandelt. In L. Kramp, L. Novy, D. Ballwieser & K. Wenzlaff (Hg.), *Journalismus in der digitalen Moderne. Einsichten – Ansichten – Aussichten (S.81-95)*. Dordrecht: Springer.

Schapals, A. K., Maares, P., & Hanusch, F. (2019). Working on the margins: Comparative perspectives on the roles and motivations of peripheral actors in journalism. *Media and Communication* 7 (4), S. 19. https://doi.org/10.17645/mac.v7i4.2374.

Schmidt, J.-H. (2013). Onlinebasierte Öffentlichkeiten: Praktiken, Arenen und Strukturen. In C. Fraas, S. Meier & C. Pentzold, *Online-Diskurse. Theorien und Methoden transmedialer Online-Diskursforschung* (S. 35-56). Köln: Herbert von Halem.

Schützeneder, J., Graßl, M., & Klinghardt, K. (2020). Sonnenaufgang statt Rathaus-Debatte: eine Inhaltsanalyse deutscher Lokalzeitungen auf Instagram. *Communicatio Socialis* 53 (1), S. 36-48.

Steindl, N., Lauerer, C., & Hanitzsch, T. (2017). Journalismus in Deutschland. *Publizistik* 12 (1), S. 401-423. https://doi.org/10.1007/s11616-017-0378-9.

Tandoc, E. C., & Jenkins, J. (2017). The Buzzfeedication of journalism? How traditional news organizations are talking about a new entrant to the journalistic field will surprise you! *Journalism* 18 (4), S. 482-500. doi.org/10.1177/1464884915620269.

Vasilendiuc, N., & Sutu, R. M. (2020). Journalism graduates versus media employers' views on profession and skills. Findings from a nine-year longitudinal study. *Journalism Practice*, S. 1-18. https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1753562

Wall, M. (2017). Citizen Journalism. Connections, contradictions, and conflicts. In B. Franklin & Scott A. Eldridge (Hg.), *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies (S. 235-243)*. New York:

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

Routledge.

Weber, Stefan (2000). *Was steuert Journalismus? Ein System zwischen Selbstreferenz und Fremdsteuerung*. Konstanz: UVK Medien.

Weischenberg, S. (1990a). Das „Prinzip Echternach". Zur Einführung in das Thema „Journalismus und Kompetenz". In: S. Weischenberg (Hg.), *Journalismus & Kompetenz (S. 11-41)*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Weischenberg, S. (1990b): Das „Paradigma Journalistik". Zur kommunikationswissenschaftlichen Identifizierung der hochschulgebundenen Journalistenausbildung. *Publizistik* 1, S. 45-61.

Weischenberg, S. (Hg.) (1990c): *Journalismus & Kompetenz*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Wenger, D., & Owens, L. C. (2013). An examination of job skills required by top U.S. broadcast news companies and potential impact on journalism curricula. *Electronic News* 7 (1), S. 22-35. https://doi.org/10.1177/1931243113484314.

Wenger, D., Owens, L. & Cain, J. (2018): Help wanted. Realigning journalism education to meet the needs of top U.S. news companies. In: *Journalism & Mass Communication Educator* 73 (1), S. 18–36. DOI: 10.1177/1077695817745464.

Wenger, D., Owens, L., & Thompson, P. (2014). Help wanted. *Electronic News* 8 (2), S. 138-149. https://doi.org/10.1177/1931243114546807.

Wiebke L., & Weischenberg, S. (2002). Das Drehkreuz der Redaktion. Kompetenz-Dimensionen des „Datenbank-Journalismus". *Medien & Kommunikationswissenschaft* 50 (1), S. 93-101. https://doi.org/10.5771/1615-634x-2002-1-93.

Young, S., & Carson, A. (2018). What is a journalist? *Journalism Studies* 19 (3), S. 452-472. https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1190665.

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

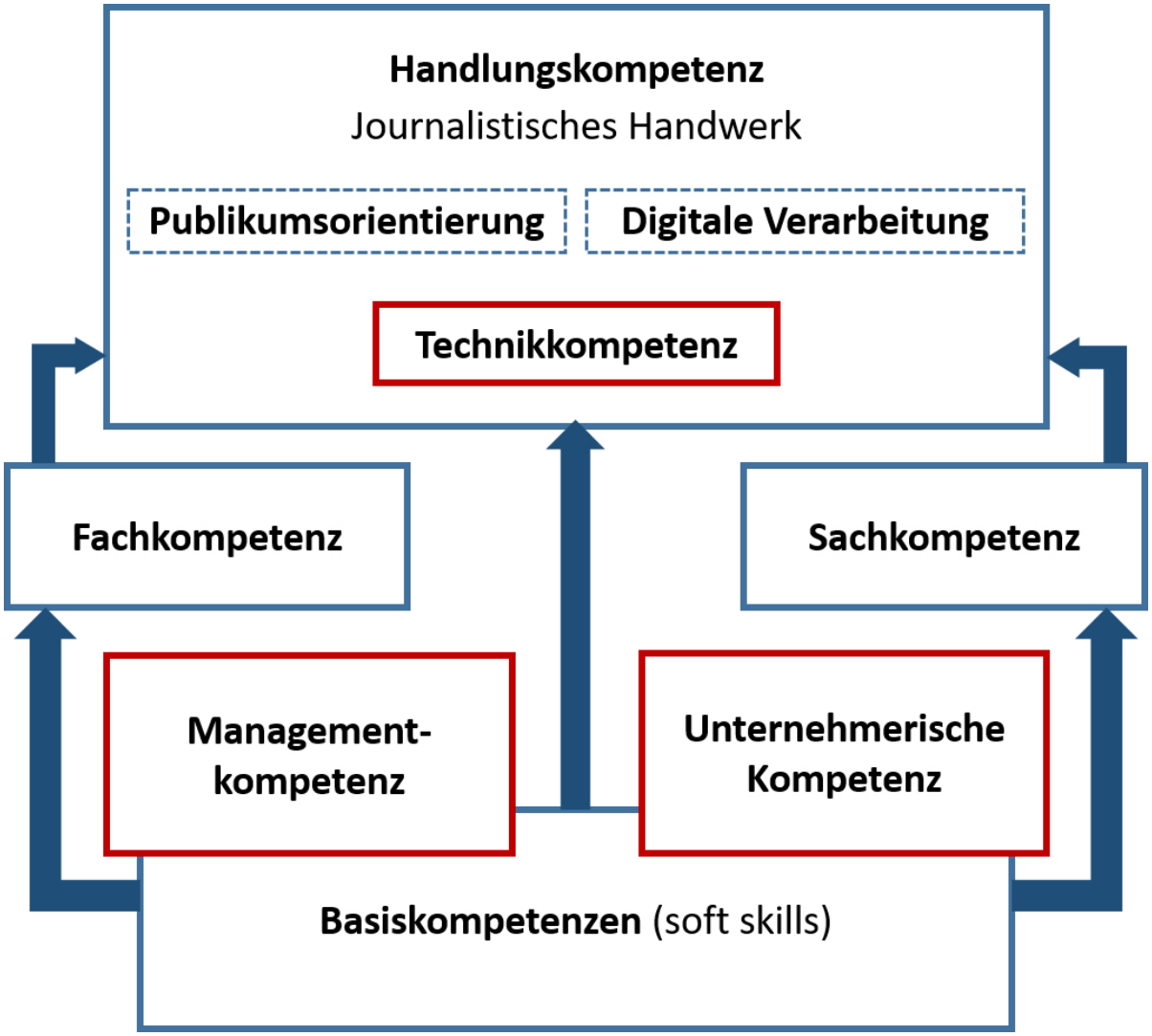


Abbildung 1: Modell journalistischer Kompetenzen

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

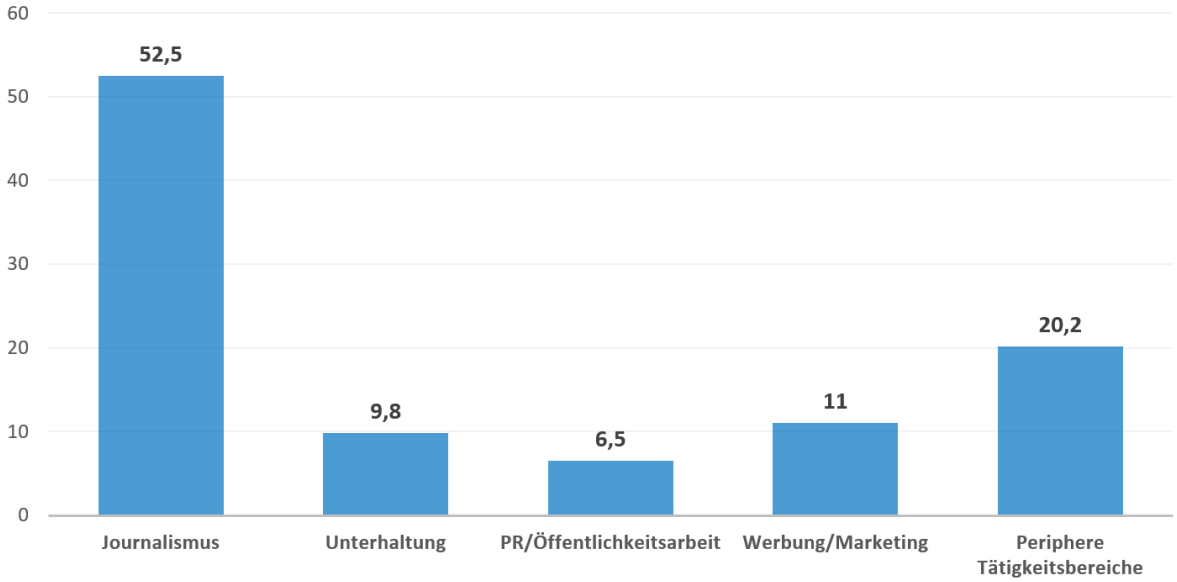


Abbildung 2: Stellenanzeigen nach Branchen (in Prozent)

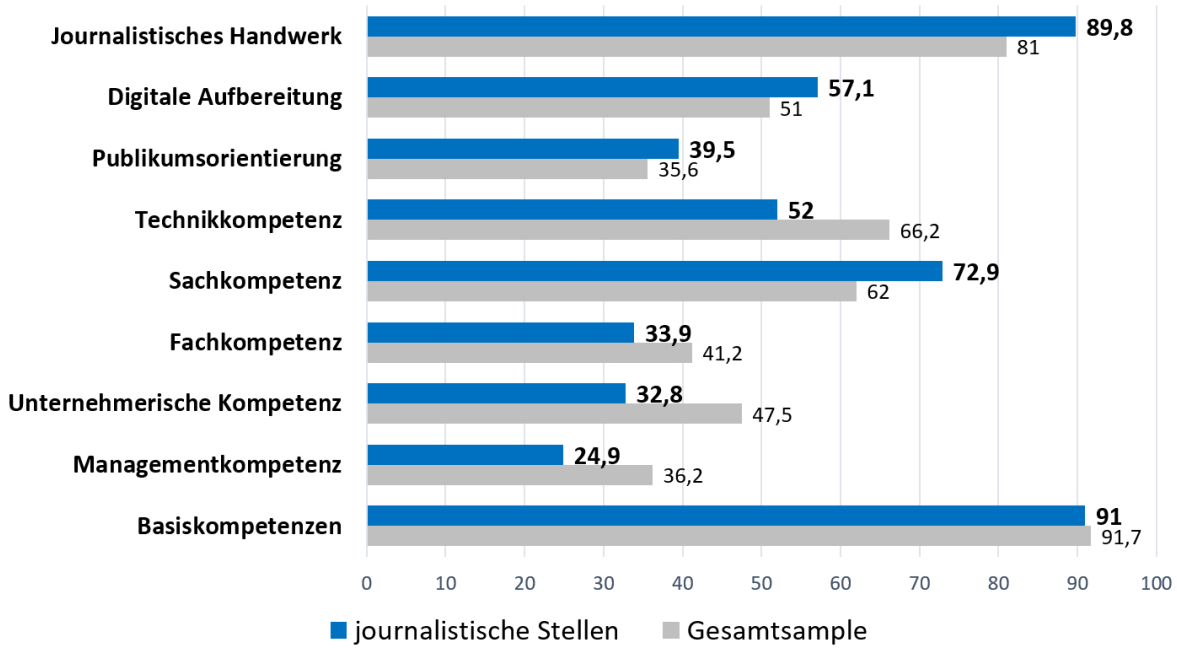


Abbildung 3: Häufigkeit der in Stellenanzeigen benannten Kompetenzfelder (in Prozent)

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

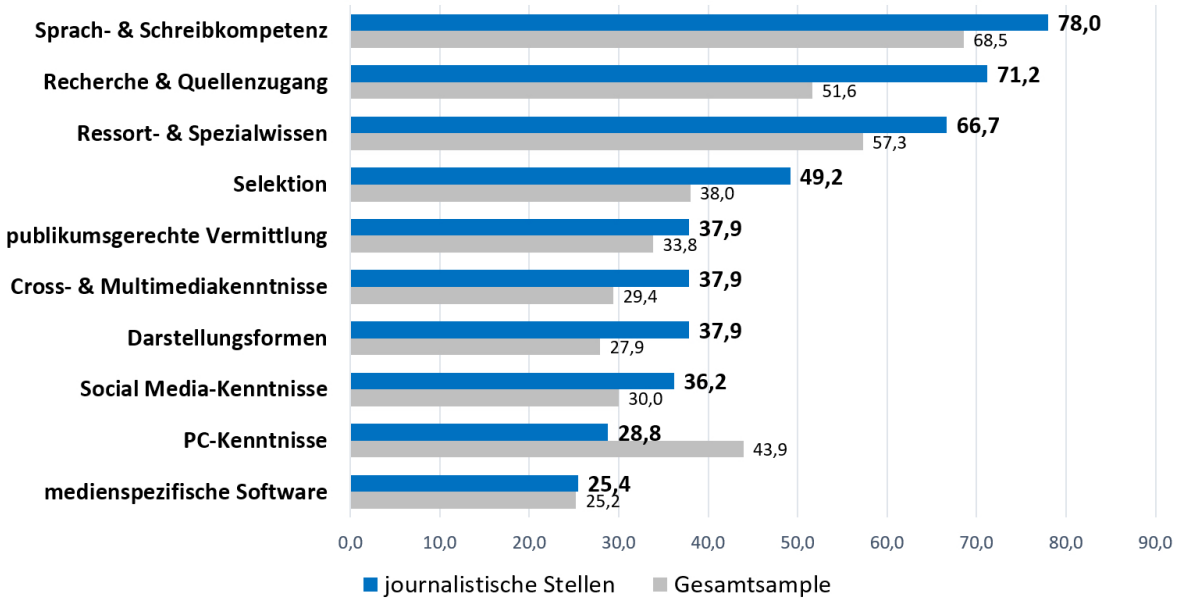


Abbildung 4: Top 10 der genannten Kompetenzen (ohne Basiskompetenzen) (in Prozent)

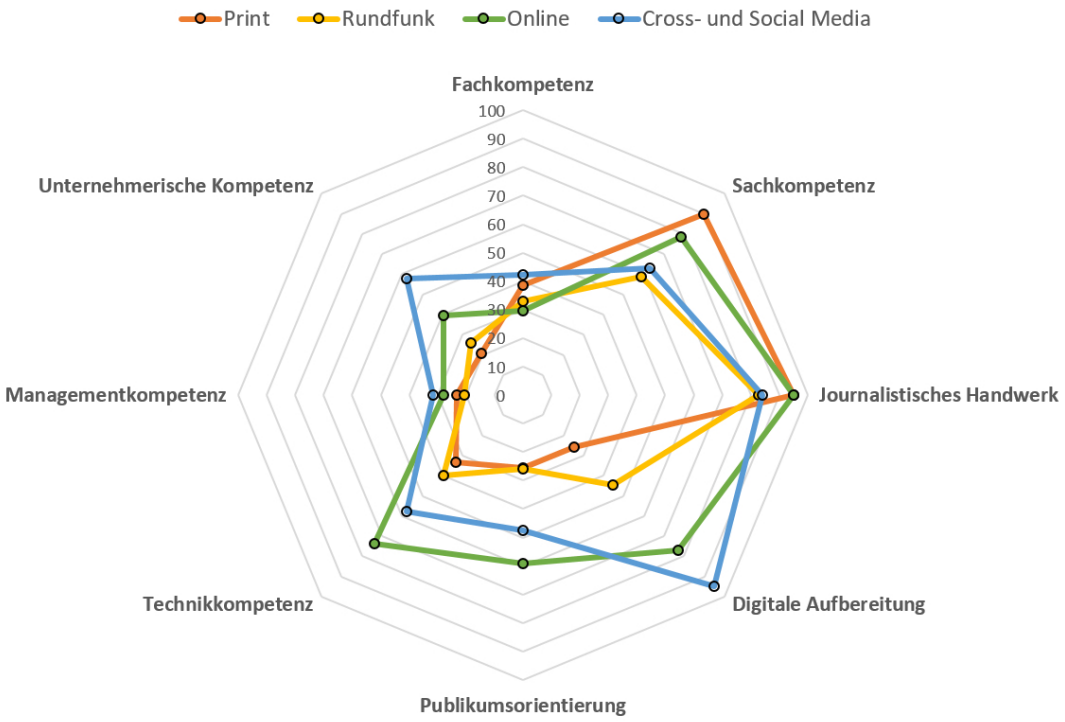


Abbildung 5: Kompetenzen nach Mediengattung der nachfragenden Unternehmenseinheit

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

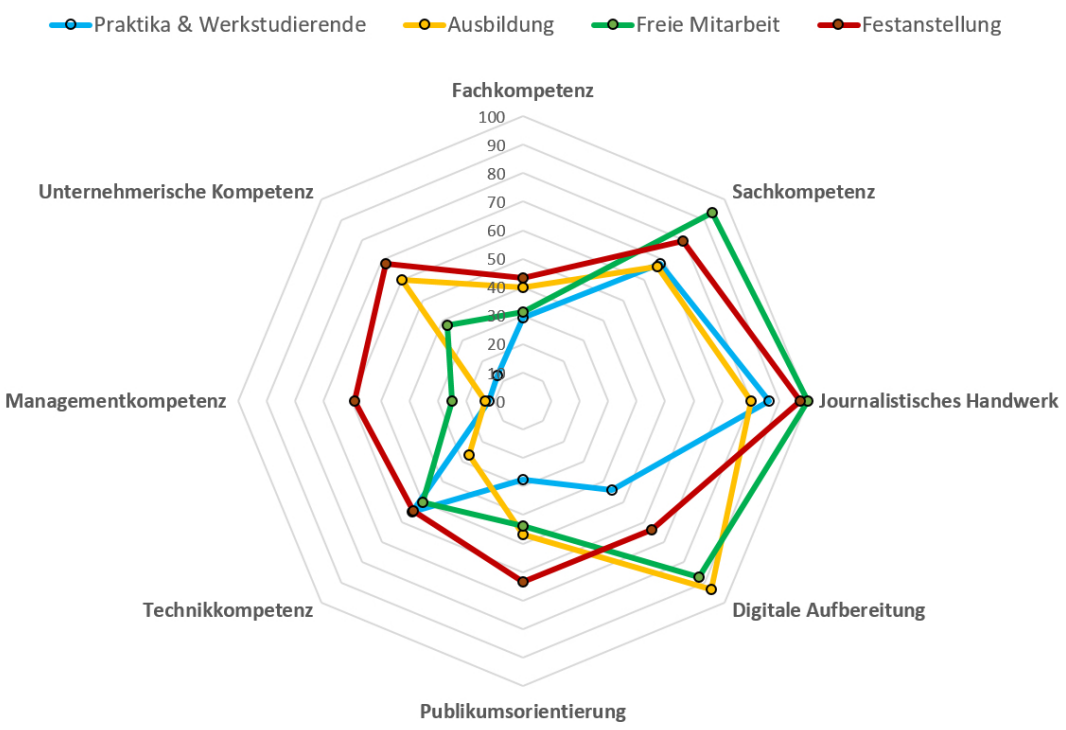


Abbildung 6: Kompetenzen von Journalist_innen nach Art der Anstellung

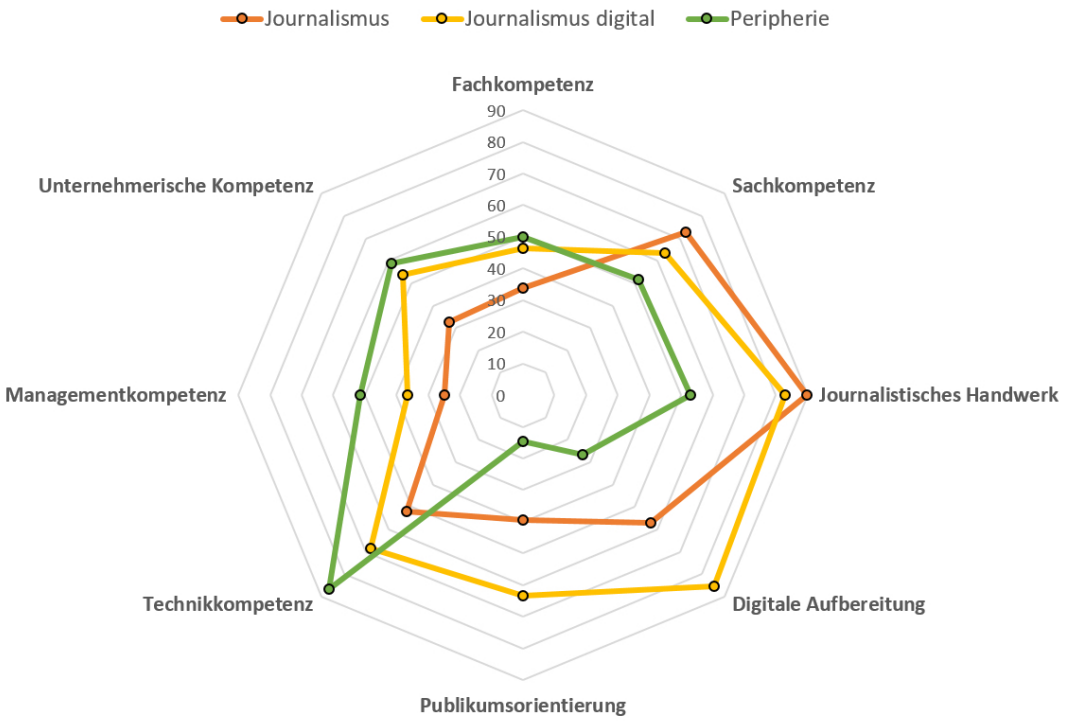


Abbildung 7: Kompetenzprofile in Stellen für Journalist_innen, digitale Journalist_innen & peripher Tätige

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

	Berufserfahrung gefordert?	
	Ja	Nein
Praktika & Werkstudent	62,7%	37,3%
Ausbildung (Volontariat & Trainee)	66,7%	33,3%
Freie/r	81,3%	18,8%
Festanstellung	90,9%	9,1%
GESAMT	**71,8%**	**28,2%**

Tabelle 1: Berufserfahrung als Anforderung differenziert nach Anstellungsart (in Prozent; n=177)

Kompetenzgruppe	**Mediengattung**			
	Print	**Rundfunk**	**Online**	**Cross- und Social Media**
Fachkompetenz**	38,5	32,8	29,5	42,1
Sachkompetenz	89,7	58,6	78,7	63,2
Journalistisches Handwerk	94,9	82,8	95,1	84,2
Digitale Aufbereitung*	25,6	44,8	77	94,7
Publikumsorientierung	25,6	25,9	59	47,4
Technikkompetenz**	33,3	39,7	73,8	57,9
Managementkompetenz	23,1	20,7	27,9	31,6
Unternehmerische Kompetenz*	20,5	25,9	39,3	57,9

Tabelle 2: In journalistischen Stellen benannte Kompetenzen nach Mediengattung (in Prozent) Quelle: eigene Darstellung; n = 177; entscheidend für die Zuordnung der Stellenanzeigen zu einer der Mediengattungen war nicht die konkrete Tätigkeit, sondern die Unternehmenseinheit, in der der Arbeitsplatz angesiedelt war. Unterschiede in der Häufigkeit Kompetenzprofile nach Mediengattung mittels Chi-Quadrat-Test; p

Kompetenzgruppe	**Art der Anstellung**			
	Praktika & Werkstudierende	**Ausbildung**	**Freie Mitarbeit**	**Festanstellung**
Fachkompetenz**	29,4	40	31,3	43,2
Sachkompetenz	68,2	66,7	93,8	79,5
Journalistisches Handwerk**	86,3	80	100	97,2
Digitale Aufbereitung*	44,1	93,3	87,5	63,7
Publikumsorientierung	27,5	46,7	43,8	63,6
Technikkompetenz	54,9	26,7	50	54,5
Managementkompetenz	11,8	13,3	25	59,1
Unternehmerische Kompetenz	12,7	60	37,6	68,2

Tabelle 3: in journalistischen Stellen benannte Kompetenzen nach Art der Anstellung (in Prozent). Quelle: eigene Darstellung; n = 177; Anteil der Stellenanzeigen, in denen Kompetenzen der jeweiligen Kompetenzgruppe genannt werden; Ausbildung = Volontariate & Traineestellen. Unterschiede in der Häufigkeit Kompetenzprofile nach Art der Anstellung (Chi-Quadrat-Test; p

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

Anhang I: Sampling der Medienprodukte und der dazugehörigen Medienunternehmen

Mediengattung	**Sparten**	**Bewusst gewähltes Medienprodukt***	**Dazugehöriges Medienunternehmen**
Zeitung National, regional, Qualität, Boulevard	**Nationale Abozeitung**	SZ	Süddeutscher Verlag, Südwestdeutsche Medienholding (übergeordnet)
		FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, FAZIT-Stiftung (übergeordnet)
	Regionale Abozeitung		Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung/Die Rheinlandpfalz/Südwestpresse, Ulm
			Funke Mediengruppe
	Nationale Kaufzeitung (Boulevard)	Bild	Axel Springer SE
	Regionale Kaufzeitung (Boulevard)	tz München	Zeitungsverlag tz; Ippen
		Kölner Express	DuMont
Zeitschrift	**Publikum:** **politisches Magazin**	Spiegel	SPIEGEL Gruppe
		Stern	Gruner & Jahr
	Publikum: Frauen (die zwei auflagenstärksten aus drei Kategorien)	Bild der Frau	*Funke Mediengruppe*
		Glamour	Conde Nast
	Special-Interest: Motor	ADAC Motorwelt (Kundenzeitschrift)	ADAC Medien und Reise
		AutoBILD	*Axel Springer SE***
	Special-Interest: **Lifestyle**	Mens Health	Motor Presse Stuttgart
		Playboy	Hubert Burda Media
	Fachpresse	DBB Magazin	Dbb Verlag Berlin
		Deutsches Ärzteblatt	Deutscher Ärzteverlag
Fernsehen			
Free TV	Ö-r national	ZDF	ZDF
		ARD	ARD

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

	Ö-r regional	MDR	MDR
		NDR	NDR
	Privat national	Sat.1	ProSieben Sat.1 Media AG
		RTL	Mediengruppe RTL
	Privat regional (Landesweite Programme)	Bw family.tv	bw family.tv GmbH & Co. KG (www.bwfamily.tv)
		Hamburg 1	KG Hamburg 1 Fernsehen Beteiligungs GmbH & Co. (www.hamburg1.de)
	Spartenprogramm (Nachrichten)	n-tv	Mediengruppe RTL
		tagesschau24	*ARD*
	Spartenprogramm (Information/ Dokumentation)	Phoenix	*ARD*
		DW-TV	*Deutsche Welle* *(ARD)*
Pay TV		*Kein Vollprogramm*	
	Spartenprogramm (Nachrichten)	Sky News	Sky Deutschland GmbH
	Spartenprogramm (Information/ Dokumentation)	National Geographic Channel	Fox Networks Group Germany GmbH
		Discovery Channel	Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG
Fernsehen: Produktionseinheiten (Schwerpunkt in non-fiktional)		Janus TV GmbH	Janus TV GmbH
		Fernsehmacher	Fernsehmacher GmbH & Co. KG
Radio	**Privat national** (Tagesreichweite 2014)	Klassik Radio	Klassik Radio AG
		Radio RTL	RTL Group
	Privat regional (Tagesreichweite 2017)	Radio NRW	Radio NRW (da Pressefunk NRW keine Seite)
		Antenne Bayern	Unternehmensgruppe Antenne Bayern

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

	Ö-r national	Deutschlandradio	Deutschlandradio (Ausbildung und Karriere)
		Deutsche Welle	*Deutsche Welle (ARD)*
	Ö-r regional (Tagesreichweite 2017)	WDR	WDR
		SWR	SWR
Online	Ableger eines traditionellen Mediums	Bild.de	*Axel Springer SE*
		Focus online	BurdaForward GmbH
	Originäres Angebot, das aber an traditionelles Medium gekoppelt ist	Bento	*SPIEGEL Gruppe*
		Ze.tt	ZEIT Verlagsgruppe (ze.tt GmbH)
	Digital Born Angebot: Deutsche Start-Ups	Krautreporter	Krautreporter eG
		CORRECT!V	CORRECTIV – Recherchen für die Gesellschaft gemeinnützige GmbH
	Digital Born Angebot: Internationale Ableger	Huffpost	*BurdaForward GmbH*
		Buzzfeed	BuzzFeed GmbH

Quelle: eigene Darstellung; *pro Sparte der jeweiligen Mediengattung haben wir jeweils zwei Medienprodukte bewusst gewählt; sofern entsprechende Vergleichsinformationen zugänglich waren, erfolgte die Wahl des Medienprodukts nach Reichweite, d.h. Medienprodukte mir hoher/höchster Reichweite wurden bevorzugt ausgewählt; **Dopplungen von Unternehmen kursiv

Tabelle 4: Sampling der Medienprodukte und der dazugehörigen Medienunternehmen. Quelle: eigene Darstellung; *pro Sparte der jeweiligen Mediengattung haben wir jeweils zwei Medienprodukte bewusst

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

gewählt; sofern entsprechende Vergleichsinformationen zugänglich waren, erfolgte die Wahl des Medienprodukts nach Reichweite, d.h. Medienprodukte mir hoher/höchster Reichweite wurden bevorzugt ausgewählt; **Dopplungen von Unternehmen kursiv.

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.

Anhang II: Operationalisierung der Kompetenzfelder für die Inhaltsanalyse

Kompetenzfeld	Wissen, Fähigkeiten & Aufgaben
Journalistisches Handwerk (Handlungskompetenz)	• Sprach- und Schreibkompetenz • Recherche & Quellenzugang • Selektion: Kenntnisse zur Auswahl, Einordnung und Bewertung von Wichtigkeit • Redigieren & Fact Checking • Darstellungsformen und Gestaltungsweisen
Digitale Verarbeitung	• Crossmediales Denken und multimediale Aufbereitung • Anwendungskenntnisse: Aufbereitung & Darstellung in Social-Media-Kanälen • Statistik und Analyse
Publikumsorientierung	• publikumsgerechte Vermittlung • Koordination der Publikumsbeteiligung
Technikkompetenz	• Computeranwendungskenntnisse • Bedienen medienspezifischer Aufnahmegeräte • Kenntnisse medienspezifischer Software & Bearbeitungstechnik • Kenntnisse über digitale Tools
Sachkompetenz	• Allgemeinwissen • Ressortspezifische Kenntnisse & Spezialwissen
Fachkompetenz	• Kenntnisse Medienrecht • Kenntnisse Medienpolitik • Kenntnisse Medienethik • Kenntnisse Medienbetrieb • Kenntnisse Journalismusforschung und ihre Methoden
Managementkompetenzen	• Führungskompetenz • Verhandlungsgeschick • Koordinationsfähigkeit • Zeitmanagement
Unternehmerische Kompetenzen	• Selbstvermarktung • Marketingwissen • Kostenmanagement • Innovatives und strategisches Denken
Basiskompetenzen	• Talent • Selbstorganisation • Lernbereitschaft • Kreativität • Motivation • Problemlösungskompetenz • Verantwortungsbereitschaft • Werteorientierung • Kommunikative Fähigkeit • Offenheit • Analyse- und Reflexionsfähigkeit • Selbstständigkeit • Flexibilität • Stressresistenz • Beurteilungs- und Entscheidungsfähigkeit • Teamfähigkeit • Konfliktfähigkeit • Sonstige Kompetenzen

Quelle: eigene Darstellung; Operationalisierung vorrangig basierend auf Gossel 2015, S. 5; Nowak 2007, 93ff.

Tabelle 5: Operationalisierung der Kompetenzfelder für die Inhaltsanalyse. Quelle: eigene Darstellung; Operationalisierung vorrangig basierend auf Gossel 2015, S. 5; Nowak 2007, 93ff.

© Pamela Nölleke-Przybylski, Tanja Evers, Klaus-Dieter Altmeppen (2020). Catch me, if you can – Eine Kompetenzperspektive auf Journalismus als Berufsfeld und Forschungsgegenstand. In: Schützeneder, J., Meier, K. & Springer, N. (Hrsg.) Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft. Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung der DGPUK 2019, Eichstätt, S. 140-166. DOI: https://doi.org/10.21241/ssoar.70830.