



Klaus Meier | Christoph Neuberger [Hrsg.]

Journalismusforschung

Stand und Perspektiven

3. Auflage



Nomos

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

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

Schriftenreihe „Aktuell. Studien zum Journalismus“

herausgegeben von

Prof. Dr. Andrea Czepek

Prof. Dr. Ralf Hohlfeld

Prof. Dr. Frank Lobigs

Prof. Dr. Wiebke Loosen

Prof. Dr. Klaus Meier

Prof. Dr. Christoph Neuberger

Band 1

Klaus Meier
Christoph Neuberger [Hrsg.]

Journalismusforschung

Stand und Perspektiven

3., aktualisierte und erweiterte Auflage



Nomos

© Titelbild: istockphoto.com

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

ISBN 978-3-8487-8472-1 (Print)

ISBN 978-3-7489-2852-2 (ePDF)



Onlineversion
Nomos eLibrary

3., aktualisierte und erweiterte Auflage 2023

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2023. Gesamtverantwortung für Druck und Herstellung bei der Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Inhalt

Einführung: Stand und Perspektiven der Journalismusforschung <i>Klaus Meier/Christoph Neuberger</i>	9
<i>Politische und ökonomische Voraussetzungen</i>	27
Pressefreiheit – Hindernisse und Grenzen <i>Andrea Czepek</i>	29
Journalismus, Medien, Plattformen – organisationstheoretisch betrachtet <i>Klaus-Dieter Altmeyden/Regina Greck/Tanja Evers</i>	61
<i>Qualität und Verantwortung</i>	91
Qualität im Journalismus <i>Klaus Arnold</i>	93
Qualitätsmanagement in Redaktionen <i>Vinzenz Wyss</i>	111
Verantwortung und Selbstkontrolle im Journalismus <i>Susanne Fengler</i>	135
<i>Crossmedialer und digitaler Journalismus</i>	155
Crossmedialität <i>Klaus Meier</i>	157

Inhalt

Darstellungsformen im erzählenden Onlinejournalismus <i>Cornelia Wolf und Alexander Godulla</i>	183
Algorithmische Werkzeuge – Chancen und Herausforderungen für den Journalismus <i>Konstantin Dörr</i>	203
Innovationen im Journalismus <i>Klaus Meier/Korbinian Klinghardt/Michael Graßl/Maike Körner/ Jonas Schützeneder</i>	223
<i>Journalismus und Publikum</i>	241
Journalistische Beobachtungen des Publikums <i>Ralf Hohlfeld</i>	243
Journalismus Publikum: Eine soziale Beziehung zwischen Interaktion, Organisation und Funktion <i>Wiebke Loosen</i>	269
<i>Entwicklungslinien im Journalismus</i>	291
Journalismusgeschichte und Journalismusforschung <i>Thomas Birkner</i>	293
Zur Bedeutung von Emotionen im Journalismus <i>Margreth Lünenborg/Débora Medeiros</i>	311
Journalismus und Medialisierung der Gesellschaft <i>Christoph Neuberger</i>	337

	<i>Inhalt</i>
<i>Vergleich in Theorie und Empirie</i>	373
Theorien des Journalismus im Vergleich <i>Armin Scholl</i>	375
Journalismus im internationalen Vergleich <i>Thomas Hanitzsch</i>	413
Autor*innen	429

Einführung: Stand und Perspektiven der Journalismusforschung

Klaus Meier/Christoph Neuberger

Analysen zum Journalismus gibt es heute – in einer Zeit des Umbruchs und der Unsicherheit – in großer Zahl. Die öffentliche Debatte über den Journalismus schwankt zwischen Resignation und fundamentaler Kritik auf der einen Seite, Zuversicht und Reformwillen auf der anderen Seite. Wie also steht es um diesen Schlüsselberuf der liberalen Demokratie? Ist der Journalismus in seinen Grundfesten erschüttert oder steht er vor einer neuen Blüte? Dazu lassen sich seit Beginn des Jahrtausends zwei Diskurse ausmachen, die einander überlagern:

Seit den Nullerjahren ist in dem *einen* Diskurs von einer Krise des Journalismus die Rede, vornehmlich von einer ökonomischen Krise (vgl. z. B. Meier 2009; Lobigs 2016, 2018). Digitale Plattformen bedrängen den Journalismus auf dem Werbe- und Publikumsmarkt. Eine Forderung lautet daher, dass der Journalismus sich radikal ändern muss, wenn er unter den neuen ökonomischen Bedingungen überleben, gar prosperieren will: „Innovation“ ist das Motto, unter dem dieser Diskurs geführt wird (vgl. z. B. Kramp/Weichert 2012; Buschow/Wellbrock 2020). Andere betonen, dass der Kern des Journalismus, die traditionelle „Idee der Zeitung“, verteidigt werden muss – und wenn die Zeitung bedroht sei, dann „sind wir alle bedroht“ (Schirrmacher 2011: 39). Dabei ist aber nicht von der Hand zu weisen, dass immer mehr Journalist*innen „unter prekären Bedingungen“ (Piepenbrink 2012: 2) arbeiten müssen und gezwungen sind, „sich zu verkaufen“ (Lilienthal/Schnedler 2012: 15; vgl. Hanitzsch/Rick 2021). Noch weiter reicht die Feststellung: „Das Jahrhundert des Journalismus ist vorbei“ (Weischenberg 2010: 33). Die Debatte darüber, „was Publizistik und Journalismus sind und in Zukunft sein werden“ (Jarren 2016), sei überfällig. Der Anlass für diese Sorgen ist der digitale Strukturwandel der Öffentlichkeit. Dadurch hat der professionelle Journalismus sein Monopol als Schleusenwärter (Gatekeeper) verloren. Neben ihm haben sich neue Anbieter etabliert, die teils Ähnlichkeiten mit dem Journalismus haben, was zu unscharfen Grenzen und damit zu einer Identitätskrise geführt hat. Darüber hinaus sah er sich in den letzten Jahren harscher Kritik ausgesetzt,

die im populistischen Vorwurf der „Lügenpresse“ gipfelte (vgl. Neuberger 2018: 35-46).

Der Beginn des *anderen* Diskurses lässt sich auf die Mitte der 2010er-Jahre datieren, als Begriffe wie „postfaktisch“ (Wort des Jahres 2016), „post-truth“ (Oxford Dictionaries Word of the Year 2016) oder „Fake News“ (Anglizismus des Jahres 2016) aufkamen, um einen in der Öffentlichkeit diagnostizierten Wandel im Umgang mit dem Wahrheitsgebot zu kennzeichnen. In den sozialen Medien, so die Beobachtung, sei eine toxische Mischung aus populistischer Kommunikation und verwirrender Vielstimmigkeit entstanden. Die Sorge verbreitete sich, dass ein gemeinsames Wirklichkeitsverständnis verloren gehen könnte.

Zugleich machte der Diskurs bewusst, wozu es qualitätvollen Journalismus braucht, der sich an die Regeln der Objektivität hält (vgl. Neuberger 2017a). „Journalism may exist without democracy, but can democracy exist without journalism? Not, I think, in the contemporary world“ – das stellte der renommierte Soziologe und Journalismusforscher Schudson (2018: 6) im Vorwort seines Buches „Why Journalism still matters“ fest. „[D]ass eine freiheitlich-demokratische Gesellschaft und ein unabhängiger Journalismus zwei Seiten einer Medaille“ (Meier 2019) sind, wird in Zeiten gesellschaftlicher Krisen besonders greifbar, weil dann verlässliche Nachrichten zur Orientierung besonders erforderlich sind. So wurde der Journalismus 2020 nach dem Ausbruch der Corona-Pandemie als „system-relevant“ neben Care-Berufen wie Pflegekräften und Supermarktangestellten gesehen (vgl. Meier/Wyss 2020). Repräsentative Umfragen zeigten, dass das Vertrauen in Journalismus während der Pandemie zunahm (vgl. z. B. Jakobs et al. 2021). Mit dem Beginn des russischen Angriffskriegs gegen die Ukraine im Februar 2022 hat auch der „Krieg um Wahrheit“ eine neue Stufe erreicht. Redaktionen sind mit russischen Desinformationskampagnen konfrontiert (vgl. Kraske 2022).

Die öffentlichen Diskurse über den Journalismus bewegen sich also zwischen Krisendiagnosen einerseits, der Betonung seiner gesellschaftlichen Unverzichtbarkeit andererseits. Der vorliegende Band will theoriegeleitet und evidenzbasiert zeigen, wo der Journalismus im 21. Jahrhundert nun tatsächlich steht. Dies geschieht in einer Zeit, in der Gewissheiten schwinden, und vieles, was bislang als selbstverständlich galt, in Frage gestellt ist. Auch das über viele Generationen tradierte Rezept- und Erfahrungswissen des Journalismus ist immer weniger tauglich, um die Herausforderungen der Gegenwart zu bewältigen. Redaktionen haben lange Zeit auf ein systematisches Experimentieren und Evaluieren verzichtet. Einerseits liegt dies sicherlich am Zeitdruck, der in den Redaktionen herrscht und feste Routinen verlangt. Andererseits hat der Journalismus, vor allem in den Tages-

zeitungen und im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, über viele Jahrzehnte hinweg keinen starken Innovationsdruck gespürt – zumindest ökonomisch bestand lange Zeit keine Notwendigkeit, am Althergebrachten zu rütteln.

Spätestens seit der Jahrtausendwende hat sich die Lage aber grundlegend geändert. Zumindest die großen Medienhäuser haben mittlerweile Entwicklungsredaktionen und Innovationslabore eingerichtet. Redaktionsstrukturen werden zunehmend auf digitale Publikationsformate ausgerichtet. Überdies ist eine Gründerszene im Journalismus entstanden, die – häufig ohne Anbindung an traditionelle Medien – mit neuen Finanzierungsformen wie Crowdfunding und Stiftungsfinanzierung sowie digitalen Formaten experimentiert. Datenjournalismus, Apps für mobile Anwendungen, Langformen wie Scrollytelling und Multimediasstory oder die Stärkung des investigativen Journalismus, auch mit redaktions- und länderübergreifenden Kooperationen, sind dafür nur einige Beispiele. Der Journalismus hat sich in zahlreiche Richtungen weiterentwickelt (vgl. z. B. Nuernbergk/Neuberger 2018; Meier et al. 2022; Loosen et al. 2022; Schapals 2022).

Viele dieser Innovationen greifen wir in der dritten Auflage des Sammelbandes „Journalismusforschung“ auf. Gegenüber der ersten Auflage aus dem Jahr 2013 ist der Umfang des Bandes nicht nur nahezu doppelt so groß, sondern daraus ist auch fast ein neues Buch geworden. Alle Beiträge wurden gegenüber der zweiten Auflage von 2016 gründlich aktualisiert und erweitert; zwei neue Beiträge wurden aufgenommen.

Die öffentliche Debatte über den Journalismus enthält deutlich mehr Vermutungen und Visionen als bewährtes Wissen und belastbare Prognosen. Es gehört zum Grundprinzip der wissenschaftlichen Forschung, sich nicht auf Augenblickseindrücke zu verlassen, keine kurzfristigen „Erfolgsrezepte“ zu produzieren oder vorschnelle Antworten zu geben, sondern den wissenschaftlichen Beleg zu suchen. So hat auch die Journalismusforschung als Teilbereich der Kommunikationswissenschaft den Anspruch, Aussagen über den Journalismus auf der Basis von Theorien und empirischer Forschung zu treffen. Die Journalismusforschung ist vielfältiger und komplexer geworden:

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. (Meier/Schützeneder/Springer 2020: 1)

Besonders international werden empirische Details en masse publiziert – ablesbar etwa an den englischsprachigen Journals zur Journalismusforschung, deren Zahl wächst: Zu *Journalism* und *Journalism Studies* kamen *Journalism Practice*, *Digital Journalism*, *Journal of Applied Journalism & Media Studies* und *Journalism and Media* hinzu, um nur die wichtigsten Titel zu nennen. In Deutschland ist 2018 mit *Journalistik* eine zweisprachige Fachzeitschrift gegründet worden. Ergebnisse der Journalismusforschung finden sich darüber hinaus in den allgemeinen Zeitschriften des Faches Kommunikationswissenschaft und natürlich in vielen Fachbüchern.

Mit diesem Band wollen wir innehalten, thematische Zusammenhänge herstellen und einen aktuellen Überblick über Stand und Perspektiven der Journalismusforschung geben. Das Buch richtet sich sowohl an Wissenschaftler*innen und Studierende als auch an Journalist*innen und andere Praktiker*innen, die Einblick in die Forschung gewinnen wollen. Wie stellt man das Forschungsfeld vor? Dieses Buch ist nicht – wie Lexika, Hand- und Lehrbücher – nach Begriffen, Theorien und Methoden gegliedert, und sein Aufbau folgt auch keinem streng didaktischen Prinzip. Ausgangspunkt der Aufsätze sind vielmehr (ganz im Sinne des Wissenschaftstheoretikers Karl R. Popper [1994: 15]) *Probleme* – Probleme, die sich einerseits die Wissenschaft selbst stellt: Wie verstehen und erklären Theorien den Journalismus? Wie sind journalistische Phänomene theoretisch einzuordnen? Wie lassen sie sich empirisch fassen? Dabei will die Journalismusforschung nicht nur beschreiben, sondern auch erklären: Wie beeinflussen unterschiedliche Bedingungen, die man z. B. bei einem Ländervergleich beobachten kann, den Journalismus? Und was bewirken journalistische Angebote?

Andererseits geht es um Probleme, die ihren Ursprung im Journalismus haben. Von dort stammen häufig *normative* Fragen: Welche Erwartungen stellen Gesellschaft und Publikum an den Journalismus? Und kann er diese Erwartungen erfüllen? Daran schließen Überlegungen zu Qualität, Medienfreiheit, Organisation, Management, Finanzierung und Selbstregulierung an, wie sie in den ersten beiden Abschnitten dieses Bandes diskutiert werden. Praxisrelevant sind zweifellos auch solche Fragen, die sich auf den gegenwärtigen *Wandel* des Journalismus richten: Digitalisierung, Ökonomisierung, Globalisierung und Medialisierung sind einige der Entwicklungslinien.

Die Ära, in der Massenmedien die aktuelle Öffentlichkeit dominierten und der Journalismus eine Schlüsselposition als Gatekeeper besaß, ist an ihr Ende gelangt. Die Möglichkeiten der Partizipation und Interaktion im Internet haben dafür gesorgt, dass nicht mehr Redaktionen alleine Publikationsentscheidungen treffen können, sondern prinzipiell jede*r ohne

allzu viel Aufwand öffentlich auftreten kann. Dadurch ändert sich das Verhältnis des Journalismus zu seinem Publikum und seinen Quellen, die nicht mehr notwendig auf ihn angewiesen sind – und auch zu den Werbekunden, denen sich ebenfalls Alternativen bieten. Als Folge ist nicht nur sein ökonomisches Fundament ins Wanken geraten, sondern der Journalismus sucht auch nach einer neuen Identität und gesellschaftlichen Rolle.

Gesellschaftliche Vermittlung wird vielfältiger. Der professionelle Journalismus wird um Formen der partizipativen (Citizen Journalism; vgl. Engelke 2019) und algorithmischen Vermittlung (Computational Journalism; vgl. Coddington 2019; Diakopoulos 2019) ergänzt. Das Vermittlungsgeschehen verlagert sich – vor allem für die junge Generation – auf digitale Plattformen, zu denen der Journalismus in einem ambivalenten und asymmetrischen Verhältnis steht: Einerseits sind *Facebook*, *YouTube* und *Twitter* scharfe Konkurrenten, andererseits nutzen Redaktionen diese Plattformen und erreichen darüber einen Teil ihres Publikums, wodurch sie in eine erhebliche Abhängigkeit geraten sind (vgl. Neuberger 2018: 22-35). Plattformen ermöglichen anderen Akteuren Partizipation und Interaktion, ohne selbst Inhalte zu produzieren oder die Qualität des Publizierten systematisch zu prüfen. Zugleich steuern ihre Betreiber oder Dritte öffentliche Kommunikation algorithmisch. Die dominanten US-Plattformen folgen dabei deutlich stärker einem ökonomischen als einem gemeinwohlorientierten Leitbild und werden daher als wesentliche Verursacher einer Krise der digitalen Öffentlichkeit gesehen (vgl. Neuberger 2022a).

Vor diesem Hintergrund muss der Journalismus seine Vermittlungsleistungen überdenken. Damit er seine Funktion der aktuellen Selbstbeobachtung der Gesellschaft weiterhin erfüllen kann, muss er sich – neben seiner Kernaufgabe, dem Nachrichtenjournalismus – zunehmend auch als Netzwerkjournalismus begreifen, d. h. als Knoten in einer weit verzweigten, dezentralen und weniger hierarchisch angelegten Netzwerköffentlichkeit (vgl. Heinrich 2011). Hier ist Journalismus in erster Linie als Navigator (Kurator, Gatewatcher; vgl. Bruns 2018), der Orientierung gibt, und als Moderator des öffentlichen Diskurses gefragt, der sich kontinuierlich mit Quellen und Publikum austauscht, die nun ebenfalls aktiv kommunizieren (vgl. Neuberger 2020). Durch diese engere Verflechtung mit seiner Umwelt wird es allerdings auch schwerer, journalistische Standards und Autonomie zu sichern. Außerdem ändern sich Publikumserwartungen und Nutzungsweisen (vgl. Kleinen-von Königsłow 2020). Immer mehr Menschen wollen sich mit Nachrichten-Apps und Messengern auf Smartphone, Tablet oder Smartwatch zwischendurch und rund um die Uhr informieren, was in der Welt passiert. Redaktionen müssen mit den frag-

mentierten Nutzungsgewohnheiten und der Konvergenz der Einzelmedien zurecht kommen – es ist der dauernde Versuch, sich beim Publikum unverzichtbar zu machen und dafür immer mehr und neue Wege zu nutzen. Digitale Publikumsdaten und -kommentare helfen den Redaktionen dabei (vgl. Haim 2019; Nelson 2021).

Nicht nur der Journalismus ist im Begriff, sich grundlegend neu zu orientieren. Dies gilt nicht weniger für die Forschung, die ihm gewidmet ist. Die Journalismusforschung muss – wie andere Felder der Kommunikationswissenschaft – ihre Beobachtungs- und Deutungsinstrumente justieren. Sie hat ihre Begriffe, Theorien, Methoden und empirischen Befunde im 20. Jahrhundert in der Auseinandersetzung mit den traditionellen Massenmedien Presse und Rundfunk entwickelt. Die einseitige, einstufige Massenkommunikation von wenigen Anbietern zu einem dispersen, passiven Publikum hat dazu geführt, dass die Journalismusforschung lange Zeit ein recht isoliertes Gebiet innerhalb der Kommunikationswissenschaft war. Sie konzentrierte sich auf die professionellen Journalist*innen und deren organisatorische Einbettung in die Redaktionen der Massenmedien (vgl. Nielsen 2018). Im Zuge der Digitalisierung hat die Journalismusforschung mittlerweile ihren Fokus erweitert. Durch die vereinfachte Möglichkeit des Rollentauschs und der fortlaufende Interaktion zwischen Journalismus, Publikum und Quellen lassen sich die herkömmlichen Bereiche der Kommunikationswissenschaft nicht mehr klar voneinander trennen, also die Journalismusforschung, die PR-Forschung sowie die – auf das Publikum bezogene – Nutzungs- und Wirkungsforschung (vgl. Loosen/Dohle 2014). Außerdem verschmelzen diese Rollen sogar an einigen Stellen. So sind z. B. Produzere eine Mischung aus Journalist*in und Nutzer*in (vgl. Bruns 2008), und „Influencer“ besitzen oft eine unscharfe Identität, die irgendwo zwischen journalistischer Unabhängigkeit und Interessenvertretung liegt. Andere traditionelle Grenzen innerhalb des Faches sind ebenfalls in Frage gestellt (vgl. Carlson/Lewis 2015), so die Unterscheidung von Massen-, Gruppen- und Individualkommunikation oder die Abgrenzung verschiedener Einzelmedien. Das heißt nun nicht, dass alles in einen Topf geworfen werden sollte, aber es ist notwendig, vorher getrennt Betrachtetes stärker im Zusammenhang zu sehen.

Dies gilt auch für das Wirkungskonzept: Wirkungen können nicht mehr nur als einseitig gerichtete, einstufige Kausaleffekte im Publikum, ausgelöst durch Medienangebote, gedacht werden wie in der traditionellen Massenkommunikation, sondern es müssen komplexe Wechselwirkungen zwischen den Akteur*innen in unterschiedlichen Rollen über viele Schritte hinweg berücksichtigt werden. Um einen Gesamtblick über diese Interaktionsdynamik zu gewinnen, sollten Teiltheorien des Faches in

eine breiter ansetzende Öffentlichkeitstheorie integriert werden. Erst in diesem größeren Rahmen lässt sich erkennen, in welchem Verhältnis Journalismus, Publikum und Quellen zueinanderstehen. Das Fernziel dieser Überlegungen ist eine Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit (vgl. z. B. Benkler 2006; 212-272; Friemel/Neuberger 2021), die auch auf Komplexitätstheorie und Netzwerkanalyse zurückgreift (vgl. Neuberger 2017b; Waldherr 2017; Choi 2020). Darin sind Relationen, Dynamik, Kontexte, Emergenz und Komplexität zentrale Begriffe. Auf diesem Weg müssen nicht nur Binnengrenzen überwunden, sondern es muss auch stärker interdisziplinär kooperiert werden, etwa mit der Informatik (vgl. Loosen/Nölleke/Springer 2022). Diese Erweiterungen führen die Journalismusforschung nicht an ihr Ende. Sie besitzt dann allerdings keinen exklusiven Gegenstandsbereich mehr, sondern muss die Vernetzungen zwischen Journalismus, Publikum und Quellen in den Blick nehmen (vgl. Neuberger 2022b).

Für diesen Band haben wir solche Themen ausgewählt, die sich mit den neuralgischen Punkten des Journalismus befassen und zeigen, wie sich die Journalismusforschung den aktuellen Herausforderungen stellt. Die Autorinnen und Autoren zeichnen sich durch ihre ausgewiesene Kenntnis der Forschungsbereiche aus, deren zentrale Begriffe, Fragen, Theorien und empirische Ergebnisse sie kompakt präsentieren. Vieles ist im Fluss, deshalb ist es notwendig, über eine Bestandsaufnahme hinaus auch Perspektiven für die künftige Forschung zu entwickeln, um den vielschichtigen Wandel des Journalismus in Gegenwart und Zukunft im Blick zu haben.

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

Andrea Czepek erläutert das Konzept der Pressefreiheit und unterscheidet zwei Perspektiven auf dieses komplexe Thema: die Beschränkungen der Freiheit aufgrund von unzulänglichen Medienstrukturen oder staatlichen Eingriffen – sowie mögliche Grenzen der Freiheit, wenn sie mit anderen Grundrechten kollidiert. Welche Grenzen als legitim angesehen werden, hängt von historischen und kulturellen Faktoren ab und wird weltweit unterschiedlich beurteilt. Dass beide Perspektiven eng zusammenhängen, lässt sich an der Problematik ablesen, dass mögliche Grenzen für Repressalien gegenüber Journalist*innen missbraucht werden. Nicht zuletzt aufgrund der extrem schwierigen Lage für Journalist*innen in Ländern wie Russland oder der Türkei, aber auch aufgrund der Verschärfung der Mediengesetzgebung durch rechtspopulistische Parteien in EU-Ländern wie Polen oder Ungarn ist das Thema Pressefreiheit (wieder) hochak-

tuell geworden. Allerdings bleibt ein weltweiter Vergleich schwierig, weil Indizes den Grad der Medienfreiheit nur oberflächlich erfassen können. Auch die erforderlichen Maßnahmen sind nicht eindeutig, weil wirtschaftliche Liberalisierung und staatliche Deregulierung nicht zwangsläufig zu mehr Pressefreiheit führen.

Die Überlebensfähigkeit des Journalismus hängt aber nicht nur von politischen Rahmenbedingungen ab, sondern auch von seiner Finanzierung, die vor allem in westlichen Gesellschaften zunehmend brüchig wird. Klaus-Dieter Altmeyden, Regina Greck und Tanja Evers sezieren in ihrem Beitrag aus organisationstheoretischer Sicht die Kopplung von Journalismus und Medien: Medienunternehmen kaufen dem Journalismus seine Leistungen ab und verdienen mit dem Vertrieb dieser Leistungen Geld. Journalismus ist darauf angewiesen, dass eine Organisation seine Inhalte distribuiert und finanziert. Wenn Medienunternehmen – wie z. B. Zeitungsverlage – dies nicht mehr ausreichend leisten können, müssten in alternativen Geschäftsmodellen andere Organisationen – wie bspw. Stiftungen – an ihre Stelle treten, wobei allerdings der fortschreitende digitale Wandel die klar verteilten Rollen zwischen Journalismus und Medienorganisation erschüttert: Internetkonzerne wie *Alphabet*, *Apple* oder *Meta* verfolgen rein wirtschaftliche Interessen und sehen sich – trotz ihrer Bedeutung für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung – nicht in einer gesellschaftlichen Verantwortung, stehen also nicht in der Tradition von Medien, gemeinwohlorientierten Journalismus zu finanzieren und zu distribuieren. Plattformunternehmen mit ihren sozialen Medien müssen demnach klar von Journalismus und Medien unterschieden werden.

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

Klaus Arnold stellt die Theorieansätze der Qualitätsforschung vor, mit deren Hilfe Qualitätskriterien begründet werden können, diskutiert die methodischen Probleme der Messung und fasst die empirische Forschung zusammen. Was Qualität im Journalismus ist, lässt sich nicht objektiv und ‚ein für alle Mal‘ klären, sondern ist perspektivenabhängig: Die professionelle Sicht der Journalist*innen, das ‚öffentliche Interesse‘ und die Erwartungen des Publikums stimmen keineswegs überein. Dies müssen

empirische Studien in diesem Feld berücksichtigen, wenn sie Qualität messen wollen und dafür Maßstäbe brauchen. Die Publikumperspektive hat in den letzten Jahren zwar stärkere Beachtung gefunden, doch sieht Arnold gerade hier noch Defizite. Klaus Arnold ist im Jahr 2017 verstorben. Die Herausgeber haben dieses Kapitel für die dritte Auflage im Jahr 2022 behutsam aktualisiert.

Journalistische Qualität fällt nicht vom Himmel und entsteht auch nicht einzig durch das Handeln einzelner Journalist*innen, sondern Redaktionen stellen auf organisationaler Ebene die Bedingungen dafür bereit, dass der Journalismus seine Qualität und Glaubwürdigkeit sichern kann.

Vinzenz Wyss hat durch Journalismusforschung über viele Jahre hinweg innovative Konzepte des Qualitätsmanagements entwickelt, in praxisbezogenen Ratgebern vorgestellt und durch Projekte dazu beigetragen, dass sie in Redaktionen implementiert werden. Sein Beitrag begründet, warum redaktionelles Qualitätsmanagement gerade heute zu einem Mehrwert des Qualitätsjournalismus beiträgt. Qualitätsmanagement wird von einer strukturtheoretischen Perspektive konzipiert und auf dieser Basis werden einzelne Bausteine genauer unter die Lupe genommen.

In der freiheitlichen Demokratie kann keine staatliche Instanz den Journalismus zur Qualität zwingen. Die Gesellschaft erwartet, dass Medien und Journalist*innen verantwortungsvoll mit dieser Freiheit umgehen, sich als Profession selbst kontrollieren und Missstände in der eigenen Branche öffentlich anprangern und diskutieren. *Susanne Fengler* gibt einen Überblick über die Forschung zur Medienselbstkontrolle, diskutiert theoretische Ansätze, Institutionen und Instrumente. In einer international vergleichenden Perspektive arbeitet sie heraus, dass es viele Unterschiede zwischen Ländern und Journalismuskulturen gibt. Sie stellt aber auch fest, dass durch die Partizipationsmöglichkeiten des Internets der Druck auf die Redaktionen steigt, öffentlich Rechenschaft abzulegen und Transparenz über das eigene Handeln herzustellen.

Im Themenbereich des *crossmedialen und digitalen Journalismus* sind die oben genannten Innovationen am stärksten zu finden, weshalb dieser Buchteil schon für die zweite Auflage um zwei neue Kapitel und jetzt für die dritte Auflage um ein weiteres Kapitel erweitert wurde. Die große Herausforderung für den Journalismus besteht zum einen darin, dass Darstellungsformen und Formate für neue Medien, Plattformen und Endgeräte erfunden und geprüft werden müssen. Zum anderen betreffen die neuen digitalen Möglichkeiten nicht nur Online-Redaktionen, sondern wirken sich in konvergenten Medienumgebungen auf alle Journalist*innen aus.

Klaus Meier umreißt das Spektrum, das mit den Schlüsselwörtern Crossmedialität und Konvergenz gemeint ist: organisatorisch, inhaltlich und mit Konsequenzen für Berufsbild und Ausbildung. Crossmediale Redaktionen entwickeln ihre Organisationsformen weiter, um im Alltag mehrere Medienplattformen bedienen zu können. Dabei finden sich empirisch verschiedene Redaktionsmodelle – mit unterschiedlichen Voraussetzungen, Strategien und Konsequenzen. Inhaltliche Crossmedialität zeigt sich im Storytelling über Mediengrenzen hinweg oder in multimedialen Darstellungsformen. Bei den Ausbildungskonzepten kommt es darauf an, dass Experimentierfelder für journalistische Formate und neue Organisationsformen journalistischer Arbeit angeboten werden. Crossmedialität ist zwar in vielfältiger Hinsicht zum Normalfall geworden, entwickelt sich aber auch deutlich weiter. Insofern ist der Beitrag nicht nur eine Standortbeschreibung und Prognose für die Crossmedialität in den 2020er-Jahren, sondern auch eine Analyse der vergangenen zwei Jahrzehnte, um Trends und Entwicklungen zu verstehen.

Cornelia Wolf und *Alexander Godulla* beschreiben und evaluieren Darstellungsformen im erzählenden Onlinejournalismus. Sie betten die neuen digitalen Formen in den Kanon journalistischer Darstellungsformen ein. Dabei geht es nicht nur um die beinahe schon klassischen Potentiale wie Multimedialität oder Selektivität, die im Scrollytelling oder in der Multimediastory genutzt werden. Es geht auch um die neuen Möglichkeiten mobiler Endgeräte, die Medienangebote überall verfügbar, permanent online und standort-sensitiv machen und darum, wie Lagesensor, eingebaute Kamera und Fingergesten das Erzählen verbessern können. Das ‚Erleben‘ von Inhalten durch Immersion und der spielerische Umgang mit Inhalten sind neue Qualitätskriterien im erzählenden Onlinejournalismus. Der Aktualitätsdruck und Finanzengpässe führen allerdings dazu, dass aufwendige Erzählstücke Ausnahmen bleiben.

Konstantin Dörr befasst sich mit dem Einsatz algorithmischer Werkzeuge in Redaktionen als assistierende, generative und distribuierende Technologie, d. h. für die Nachrichtenidentifikation, -produktion und -verteilung. Er stellt exemplarisch Anwendungen vor und betont, dass ein Bewusstsein für die technologischen Grenzen geschaffen werden muss. So lässt sich die Identifikation von Fake News nicht vollständig automatisieren. Für eine erfolgreiche Aneignung müssten Ausbildung, Rollenbilder, Redaktionsorganisation und Geschäftsmodelle angepasst werden. Unter ethischen Gesichtspunkten müssten algorithmische Kommunikationen wahrheitsgemäß, transparent, angemessen und verständlich gestaltet sein.

Innovationen im Journalismus haben wir in dieser Einführung bereits mehrfach erwähnt. *Klaus Meier, Korbinian Klinghardt, Michael Graßl, Maïke*

Körner und *Jonas Schützeneder* zeigen das Feld der Innovationsforschung auf, das vor allem in den vergangenen fünf Jahren an Fahrt aufgenommen hat. In diesem Feld werden Innovationen im Journalismus nicht singular behandelt, sondern ganzheitlich untersucht: von der Entwicklung neuer Produkte und Prozesse bis zur Integration in redaktionelle Routinen. Innovationskultur und -management in Medienunternehmen werden ebenso analysiert wie Neugründungen außerhalb von Medienunternehmen. Der Beitrag mündet in einer systematischen Übersicht der großen Zahl an Innovationen.

Das *Verhältnis des Journalismus zu seinem Publikum* ist in den traditionellen Massenmedien distanziert: Was das passive, anonyme und zerstreute Massenpublikum erwartet und wie es reagiert, war für die Redaktionen von Presse und Rundfunk nur punktuell (etwa durch Leserbriefe) oder verspätet (durch Publikumsforschung) erkennbar. Der Journalismus schrieb und sendete gewissermaßen in ein ‚schwarzes Loch‘. Das Internet schafft mehr Transparenz. Und mehr noch: Das Publikum kann sich nun selbst in unterschiedlichen Rollen kommunikativ beteiligen. Das wirft eine Reihe von Fragen für den Journalismus auf.

Wie sich die journalistische Beobachtung des Publikums gewandelt hat, erörtert *Ralf Hohlfeld*. Die empirische Publikumsforschung hat durch zunehmend ausgefeilte Erhebungsmethoden und größere Stichproben im Laufe der Zeit an Aussagekraft gewonnen. Mittlerweile liefert das Internet – durch die Analyse von Klickzahlen – Daten in Echtzeit, und zwar detailliert für den Einzelbeitrag und als Vollerhebung aller Nutzer*innen-Bewegungen, die sich durch persönliche Daten (erhoben durch Registrierung) und plattformübergreifende Analysen verfeinern lassen. Auch Kommentare der Nutzer*innen – frei formuliert oder standardisiert erhoben – geben den Redaktionen Hinweise auf Stärken und Schwächen. Hohlfeld stellt die vielen neuen Möglichkeiten der Publikumsbeobachtung vor und diskutiert die Frage, wie die Redaktionen mit den Daten umgehen: Führt die höhere Publikumstransparenz dazu, dass der Journalismus zum ‚Wunschkonzert‘ wird? Werden Emotionen betont, um die Reichweite zu optimieren? Fördert also die Datafizierung der Publikumsbeobachtung die Boulevardisierung des Journalismus?

Wiebke Loosen zeigt in ihrem Aufsatz zunächst, dass die Journalismusforschung – ähnlich wie der Journalismus – das Publikum lange Zeit weitgehend ausgeblendet hat, aber inzwischen sogar von einem „audience turn“ in diesem Forschungsfeld die Rede ist. Der Beitrag analysiert theoretisch und systematisiert die Transformation der Journalismus-Publikums-Beziehung und gibt einen Überblick über die damit verbundenen Forschungsthemen. Journalismus und Publikum wird als soziale Beziehung

modelliert, die gekennzeichnet ist durch gegenseitige Vorstellungen und (Erwartungs-)Erwartungen.

Phänomene des Wandels von Journalismus, Medien und Gesellschaft spielen in allen Kapiteln dieses Buches eine Rolle. Drei Aufsätze untersuchen explizit *Entwicklungslinien im Journalismus*: die Geschichte des Journalismus, die zunehmende Bedeutung von Emotionen im Journalismus und die Medialisierung der Gesellschaft durch den Journalismus.

Thomas Birkner skizziert in seinem Beitrag die Entwicklung des Journalismus von den Anfängen bis zur Gegenwart. Dabei spielen sowohl die Entwicklung journalistischer Handlungsweisen als auch die Frage eine Rolle, wie und wann Journalismus seine Funktion in ausdifferenzierten Gesellschaften übernahm. Der Journalismus hatte über die Jahrhunderte hinweg mit erheblichen Widerständen zu kämpfen. Birkner fokussiert auf die Geschichte in Deutschland und teilt diese in vier redaktionelle Phasen und zwei Phasen des Widerstands ein. Diese Widerstände betreffen den langen Kampf um Pressefreiheit – beginnend in der Aufklärung – und staatliche Kontrollmaßnahmen in Kriegszeiten und vor allem unter der Herrschaft des Nationalsozialismus.

Im Boulevardjournalismus sind Emotionen allgegenwärtig und unverzichtbar. Dass Emotionen auch im Nachrichtenjournalismus abseits des Boulevards eine Bedeutung haben, darauf verweisen *Margreth Lünenborg* und *Débora Medeiros* in ihrem Beitrag. Sie machen darauf aufmerksam, dass Emotionen lange Zeit ein blinder Fleck der Journalismusforschung gewesen sind, der mittlerweile aber ausgeleuchtet wird. So ist auch hier wieder von einem „turn“ die Rede – dieses Mal von einem „turn to affect and emotion“. Und auch hier sucht die Journalismusforschung Anschlüsse an die Rezeptionsforschung, weil Gefühle nicht nur Mittel des Storytelling sind, sondern auch als Wirkung wie z. B. als Wut und Angst bei Nutzer*innen von politischem Journalismus in polarisierten Kontexten sichtbar werden.

Einen Kontrapunkt zu pessimistischen Untergangsszenarien zur Rolle des Journalismus in der Gesellschaft setzt die These der Medialisierung. Sie besagt, dass wir uns auf dem Weg in eine Mediengesellschaft befinden, in der gesellschaftliche Teilsysteme wie Politik, Wirtschaft und Sport sich immer stärker an der ‚Logik‘ des Journalismus orientieren. Der Grund: Öffentliche Aufmerksamkeit und Akzeptanz werden gesellschaftsweit zu Erfolgsbedingungen für Akteure. In seinem Aufsatz resümiert *Christoph Neuberger* den Stand der Forschung und unterscheidet dabei zwei Varianten der These: die Prägung durch Einzelmedien und durch die ‚Logik‘ des journalistischen Teilsystems. Die Digitalisierung führt dazu, dass einerseits digitale Medien – besonders Plattformen – immer weitere Bereiche

der Gesellschaft prägen, andererseits aber der Einfluss des Journalismus abnimmt, weil er sein Monopol als Gatekeeper verloren hat.

Der letzte Abschnitt des Bandes ist dem *Vergleich in Theorie und Empirie* gewidmet: Zum einen geht es um den Vergleich von Theorien über den Journalismus, zum anderen um den Vergleich des Gegenstands ‚Journalismus‘ auf Länderebene.

Besonders im deutschsprachigen Raum sind zahlreiche soziologische (Makro-)Theorien in der Journalismusforschung adaptiert worden. Es fällt schwer, den Überblick zu behalten und ihren Ertrag einzuschätzen. *Armin Scholl* stellt zunächst metatheoretische Überlegungen über die Voraussetzungen eines Theorienvergleichs an und wählt drei inhaltliche Fragestellungen als ‚Prüfsteine‘ für ihren Vergleich aus: die Autonomieproblematik, die journalistische Objektivitätsnorm und die Rolle des Publikums. Er diskutiert, welche Aussagen dazu in vier Gesellschaftstheorien, die auf den Journalismus angewandt wurden, und in drei Theorien mittlerer Reichweite, die in der Auseinandersetzung mit dem Journalismus entwickelt wurden, zu finden sind. Scholl begrüßt den Theorienpluralismus: Er sieht weniger ein Konkurrenz- als ein Ergänzungsverhältnis zwischen Theorien.

Thomas Hanitzsch resümiert Themen, Problemzonen und Entwicklung der komparativen Journalismusforschung, die durch eine geografische Ausdehnung, Erweiterung der Vergleichskriterien sowie eine wachsende gesellschaftliche und historische Einbettung des Journalismus gekennzeichnet ist. Kritisch zu sehen sind die anhaltende westliche Dominanz der Analysen und das Festhalten an Nationalstaaten als Vergleichsobjekten. Methodische Herausforderungen sind vor allem die Äquivalenz der Befragungen und die Anpassung der Instrumente an verschiedene kulturelle Kontexte. Den Maßstab für die komparative Journalismusforschung setzen die Befragungen im Rahmen der „Worlds of Journalism Study“, die parallel in zahlreichen Ländern durchgeführt und von Hanitzsch koordiniert werden.

Die erste Auflage des vorliegenden Bandes erschien 2013 und war Auftakt der Reihe „Aktuell. Studien zum Journalismus“, in der seither weit über zwanzig Bücher erschienen sind. Die Reihe begleitet die Neuorientierung des Journalismus und ist ein Forum der akademischen Debatte. Sie versammelt Untersuchungen, in denen der Journalismus in all seinen Facetten theoretisch und empirisch analysiert wird – wie bislang z. B. zu Objektivität, Netzwerköffentlichkeit oder Friedensjournalismus. Außerdem sollen die Studien der beruflichen Praxis und der öffentlichen Debatte über den Journalismus fundierte Denkanstöße liefern – wie bspw. zur Zukunft der Nachrichtenagenturen, zum mobilen Journalismus oder zu journalistischen Innovationen in der ARD.

Die Herausgeber danken Edda Brandes, Lilith Blöbaum und Steffen Grütjen für die umsichtigen Korrekturen der dritten Auflage sowie Sandra Frey vom Nomos-Verlag für das Lektorat.

Literatur

- Benkler, Yochai (2006): *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Bruns, Axel (2008): *Blogs, Wikipedia, second life, and beyond: From production to produsage*. New York, NY: Peter Lang.
- Bruns, Axel (2018): *Gatewatching and news curation: Journalism, social media, and the public sphere*. New York, NY: Peter Lang.
- Buschow, Christopher/Wellbrock, Christian-Mathias (2020): *Die Innovationslandschaft des Journalismus in Deutschland*. Düsseldorf: Landesanstalt für Medien NRW. <https://www.medienanstalt-nrw.de/zum-nachlesen/forschung/gutachten-zur-innovationsfoerderung-im-journalismus.html>. Zugriffen am 22. September 2022.
- Carlson, Matt/Lewis, Seth C. (Hg.) (2015): *Boundaries of journalism. Professionalism, practices and participation*. London u. a.: Routledge.
- Choi, Sujin (2020): *When digital trace data meet traditional communication theory: Theoretical/methodological directions*. In: *Social Science Computer Review*, 38. Jg., H. 1, S. 91-107. doi:10.1177/0894439318788618
- Coddington, Mark (2019): *Aggregating the news. Secondhand knowledge and the erosion of journalistic authority*. New York: Columbia University Press.
- Diakopoulos, Nicholas (2019): *Automating the news. How algorithms are rewriting the media*. Cambridge: Harvard University Press.
- Engelke, Katherine M. (2019): *Online participatory journalism: A systematic literature review*. In: *Media and Communication*, 7. Jg., H. 4, S. 31-44. doi:10.17645/mac.v7i4.2250
- Friemel, Thomas/Neuberger, Christoph (2021): *Öffentlichkeit als dynamisches Netzwerk*. In: Mark Eisenegger/Marlis Prinzing/Patrik Ettinger/Roger Blum (Hg.): *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Wiesbaden: Springer VS, S. 77-92.
- Haim, Mario (2019): *Die Orientierung von Online-Journalismus an seinen Publika: Anforderung, Antizipation, Anspruch*. Wiesbaden: Springer VS.
- Hanitzsch, Thomas/Rick, Jana (2021): *Prekarisierung im Journalismus. Erster Ergebnisbericht März 2021*. München: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, LMU München. <https://www.ifkw.uni-muenchen.de/lehrebereiche/hanitzsch/projekte/prekarisierung.pdf>. Veröffentlicht im März; zugriffen am 23. September 2022.
- Heinrich, Ansgard (2011): *Network journalism: Journalistic practice in interactive spheres*. New York: Routledge.

- Jakobs, Ilka/Schultz, Tanjev/Viehmann, Christina/Quiring, Oliver/Jackob, Nikolaus/Ziegele, Marc/Schemer, Christian (2021): Medienvertrauen in Krisenzeiten. Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2020. In: *Media Perspektiven*, H. 3, S. 152-162.
- Jarren, Otfried (2016): Auf dem Prüfstand. Was will eigentlich Journalismus? In: *carta.info*. <http://www.cartainfo/82917/auf-dem-pruefstand-will-eigentlich-journalismus>. Veröffentlicht am 29. Juli; zugegriffen am 21. November 2022.
- Kleinen-von Königslöw, Katharina (2020): Die Individualisierung der Nachrichtennutzung als Treiber der gesellschaftlichen Vermittlungskrise. In: Otfried Jarren/Christoph Neuberger (Hg.): *Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise: Medien und Plattformen als Intermediäre*. Baden-Baden: Nomos, S. 93-117.
- Kramp, Leif/Weichert, Stephan (2012): *Innovationsreport Journalismus. Ökonomische, medienpolitische und handwerkliche Faktoren im Wandel*. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Kraske, Michael (2022): Im Desinformationskrieg. In: *journalist.de*. <https://www.journalist.de/startseite/detail/article/im-desinformationskrieg>. Veröffentlicht am 6. Mai; zugegriffen am 16. September 2022.
- Lilienthal, Volker/Schnedler, Thomas (2012): Gezwungen, sich zu verkaufen? Zur sozialen Lage von Journalistinnen und Journalisten. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 62. Jg., Beilage 29-31 vom 16. Juli, S. 15-21.
- Lobigs, Frank (2016): Finanzierung des Journalismus – von langsamen und schnellen Disruptionen. In: Klaus Meier/Christoph Neuberger (Hg.): *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven* (2. Aufl.). Baden-Baden: Nomos, S. 69-137.
- Lobigs, Frank (2018): Wirtschaftliche Probleme des Journalismus im Internet. Verdrängungsängste und fehlende Erlösquellen. In: Christian Nuernbergk/Christoph Neuberger (Hg.): *Journalismus im Internet* (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS, S. 295-334.
- Loosen, Wiebke/Ahva, Laura/Reimer, Julius/Solbach, Paul/Deuze, Mark/Matzat, Lorenz (2020): 'X journalism': Exploring journalism's diverse meanings through the names we give it. In: *Journalism*, 23. Jg., H. 1, S. 39-58. doi:10.1177/1464884920950090
- Loosen, Wiebke/Dohle, Marco (Hg.) (2014): *Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung*. Wiesbaden: Springer VS. doi:10.1007/978-3-531-19821-7
- Loosen, Wiebke/Nölleke, Daniel/Springer, Nina (2022): Journalismusforschung: Disziplin durch Entdisziplinierung. Interdisziplinarität in der Forschung und ihrem Gegenstand – zur Einführung in das Themenheft. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 70. Jg., H. 1-2, S. 3-16. doi:10.5771/1615-634X-2022-1-2-3
- Meier, Klaus (2009): Journalismus in Zeiten der Wirtschaftskrise. Neun Thesen zum Strukturwandel der Medien. In: *Journalistik Journal*, 12. Jg., H. 1, S. 14-17.
- Meier, Klaus (2019): „Qualitätsjournalismus fällt nicht vom Himmel“. Interview mit Helmut Hartung. In: *medienpolitik.net*. <https://www.medienpolitik.net/2019/11/qualitaetsjournalismus-faellt-nicht-vom-himmel>. Veröffentlicht am 21. November; zugegriffen am 16. September 2022.

- Meier, Klaus/Wyss, Vinzenz (2020): Journalismus in der Krise: die fünf Defizite der Corona- Berichterstattung. In: meedia.de. <https://meedia.de/2020/04/09/journalismus-in-der-krise-die-fuenf-defizite-der-corona-berichterstattung>. Veröffentlicht am 9. April; zugegriffen am 16. September 2022.
- Meier, Klaus/Schützeneder, Jonas/Springer, Nina (2020): Zur Einführung: Bedeutung und Transformation von Journalismus und Journalismusforschung. In: Jonas Schützeneder/Klaus Meier/Nina Springer (Hg.): Neujustierung der Journalistik/Journalismusforschung in der digitalen Gesellschaft: Proceedings zur Jahrestagung der Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung 2019. Eichstätt: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, S. 1-8. doi:10.21241/ssoar.70813
- Meier, Klaus/Schützeneder, Jonas/García-Avilés, José A./Valero-Pastor, José M./Kaltenbrunner, Andy/Lugschitz, Renée/Porlezza, Colin/Ferri, Giulia/Wyss, Vinzenz/Saner, Mirco (2022): Examining the most relevant journalism innovations: A comparative analysis of five European countries from 2010 to 2020. In: *Journalism and Media*, 3. Jg., H. 4, S. 698-714. doi:10.3390/journalmedia3040046
- Nelson, Jacob B. (2021): *Imagined audiences. How journalists perceive and pursue the public*. New York: Oxford University Press.
- Neuberger, Christoph (2017a): Journalistische Objektivität. Vorschlag für einen pragmatischen Theorierahmen. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65. Jg., H. 2, S. 406-431. doi:10.5771/1615-634X-2017-2-406
- Neuberger, Christoph (2017b): Die Rückkehr der Masse. Kollektivphänomene im Internet aus Sicht der Massen- und Komplexitätstheorie. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65. Jg., H. 3, S. 550-572. doi:10.5771/1615-634X-2017-3-550
- Neuberger, Christoph (2018): Journalismus in der Netzwerköffentlichkeit. Zum Verhältnis zwischen Profession, Partizipation und Technik. In: Christian Nurnbergk/Christoph Neuberger (Hg.): *Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung* (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS, S. 10-80. doi:10.1007/978-3-531-93284-2_2
- Neuberger, Christoph (2020): Journalismus und digitaler Wandel: Krise und Neukonzeption journalistischer Vermittlung. In: Otfried Jarren/Christoph Neuberger (Hg.): *Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise. Medien und Plattformen als Intermediäre*. Baden-Baden: Nomos, S. 119-154.
- Neuberger, Christoph (2022a): Digitale Öffentlichkeit und liberale Demokratie. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 72. Jg., Beilage 10-11 vom 7. März, S. 18-25.
- Neuberger, Christoph (2022b): Journalismus und Plattformen als vermittelnde Dritte in der digitalen Öffentlichkeit. In: Ulrich Dolata/Jan-Felix Schrape (Hg.): *Internet, Big Data und digitale Plattformen: Politische Ökonomie – Kommunikation – Regulierung*. Wiesbaden: Springer VS. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. 74. Jg., Sonderheft 62, S. 159-181. doi:10.1007/s11577-022-00832-9

- Nielsen, Rasmus Kleis (2018): What is it that journalism studies is studying these days? A lot about newsrooms, less about everybody else in the news ecosystem. Also, has the “fake news” moment already passed for academics? In: Nieman Lab. <https://www.niemanlab.org/2018/05/what-is-it-that-journalism-studies-is-studying-these-days-a-lot-about-newsrooms-less-about-everybody-else-in-the-news-ecosystem/>. Veröffentlicht am 25. Mai; zugegriffen am 22. September 2022.
- Nuernbergk, Christian/Neuberger, Christoph (Hg.) (2018): Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.
- Piepenbrink, Johannes (2012): Editorial. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 62. Jg., Beilage 29-31 vom 16. Juli, S. 2.
- Popper, Karl R. (1994): Alles Leben ist Problemlösen. Über Erkenntnis, Geschichte und Politik. München: Piper.
- Schapals, Aljoshia Karim (2022): Peripheral actors in journalism. Deviating from the norm? Oxon: Routledge.
- Schirmmacher, Frank (2011): Die Idee der Zeitung. Wie die digitale Welt den Journalismus revolutioniert. Tübingen: Institut für Medienwissenschaft.
- Schudson, Michael (2018): Why Journalism still matters. Cambridge: Polity Press.
- Waldherr, Annie (2017): Öffentlichkeit als komplexes System. Theoretischer Entwurf und methodische Konsequenzen. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 65. Jg., H. 3, S. 534-549. doi:10.5771/1615-634X-2017-3-534
- Weischenberg, Siegfried (2010): Das Jahrhundert des Journalismus ist vorbei. Rekonstruktionen und Prognosen zur Formation gesellschaftlicher Selbstbeobachtung. In: Gabriele Bartelt-Kircher/Hans Bohrmann/Hannes Haas/Otfried Jarren/Horst Pöttker/Siegfried Weischenberg: Krise der Printmedien: Eine Krise des Journalismus? Berlin u. a.: de Gruyter Saur, S. 33-61.

Politische und ökonomische Voraussetzungen

Pressefreiheit – Hindernisse und Grenzen

Andrea Czepek

1 Pressefreiheit als Bedingung für Demokratisierung

Die Bedrohung und die Grenzen von Freiheit im Journalismus gehören zu den großen aktuellen politischen Themen. Unabhängiger, freier Journalismus als Voraussetzung einer funktionierenden Demokratie und offenen Gesellschaft muss immer wieder verteidigt werden. In vielen Ländern in Asien, Afrika und Lateinamerika kämpfen Journalist*innen unter großer Gefahr durch ihre Berichterstattung für eine Beseitigung von Missständen und eine Verbesserung der Lebensumstände der Menschen. In Westeuropa und den USA beeinträchtigen zunehmend die wirtschaftliche Konzentration und Ressourcenknappheit die Unabhängigkeit des Journalismus. Die Abwägung von Freiheit und Sicherheit ist zu einem dominanten Thema im Diskurs über Pressefreiheit in Europa geworden.

Bei der Betrachtung von Pressefreiheit geht es zum einen um Einschränkungen der Freiheit, bspw. durch staatliche Einmischung oder strukturelle *Beschränkungen*. Zum anderen geht es um die Abwägung der Pressefreiheit mit anderen Grundrechten, in denen die Freiheit ihre Grenzen finden könnte. Welche *Grenzen* hier als legitim anerkannt werden, hängt stark von historischen und kulturellen Faktoren ab. Da in der Diskussion diese beiden grundsätzlich unterschiedlichen Perspektiven auf Pressefreiheit häufig vermischt werden, versucht dieser Beitrag, eine systematische Einordnung von *Beschränkungen* einerseits und *Grenzen* andererseits vorzunehmen. In Abschnitt 2 wird das Konzept der Pressefreiheit im Kontext anderer Kommunikationsfreiheiten sowie im Zusammenhang mit Vielfalt diskutiert. Abschnitt 3 geht kurz auf mögliche Grenzen der Pressefreiheit ein sowie auf die Problematik, dass diese für Repressionen gegen Journalist*innen missbraucht werden können. Abschnitt 4 beschäftigt sich mit Einschränkungen von Pressefreiheit. Zunächst wirft der Beitrag einen kritischen Blick auf die Ranglisten zum internationalen Vergleich des Stands der Pressefreiheit. Im Anschluss werden einige differenziertere Analysen zu ausgewählten Regionen kurz vorgestellt. Dabei können Anliegen zur Pressefreiheit in diesen Regionen bei weitem nicht vollständig abgedeckt

werden, vielmehr sollen nur einige strukturelle Entwicklungen aufgezeigt werden.

2 Pressefreiheit als Voraussetzung für journalistische Arbeit

2.1 Positive Freiheit im Dienst der Demokratie

Pressefreiheit zählt zu den Kommunikationsfreiheiten, zu denen auch die allgemeinere Meinungsäußerungsfreiheit, die Redefreiheit¹ und die Informationsfreiheit gehören. Pressefreiheit schließt im weiteren Sinne die Freiheit der anderen Massenmedien (Rundfunk, Onlinemedien) mit ein. Unabhängigkeit (von der Regierung und von Wirtschaftseinflüssen) ist dabei ein Bestandteil der Definition, jedoch besteht Pressefreiheit nicht nur aus Unabhängigkeit. Pressefreiheit ist kein Selbstzweck. Vielmehr erfüllen die Medien eine Funktion in der Demokratie und sollen deshalb die Vielfaltigkeit der Gesellschaft widerspiegeln (Pluralismus), freien Zugang zu Informationen und die kommunikative Beteiligung der Bürger*innen ermöglichen (Partizipation). Dies setzt ein positives, aktives Verständnis von Pressefreiheit voraus – nicht nur als Freiheit *von*, sondern auch als Freiheit *zu*. Nordenstreng (2007: 19) weist darauf hin, dass dieses Verständnis schon im klassischen Liberalismus vorherrschte, ein Aspekt, der später in Vergessenheit geraten sei. Pressefreiheit ist nicht nur die Abwesenheit von Kontrolle, sondern Pluralität und Zugang müssen auch aktiv und gegebenenfalls durch staatliche oder überstaatliche Einflussnahme unterstützt werden.

Anders als die Meinungsäußerungsfreiheit (Freedom of Expression) und die Informationsfreiheit (die Freiheit, sich aus vielfältigen Quellen ungehindert informieren zu können) ist die Presse- oder Medienfreiheit (Freedom of the Press) kein grundlegendes Menschenrecht. Menschenrechte sind universell und gelten für alle Menschen. Die Pressefreiheit als Grundrecht leitet sich zwar indirekt aus der Meinungsäußerungs- und der Informationsfreiheit ab, kann aber nur von bestimmten Akteuren (Medienunternehmer*innen, Journalist*innen) in Anspruch genommen werden.

1 Die Redefreiheit („freedom of speech“) nach US-amerikanischem Verständnis ist eine kategorische Freiheit, die im Unterschied zur Meinungsäußerungsfreiheit nach europäischem Recht („freedom of expression“) alle möglichen Äußerungen, auch falsche Tatsachenbehauptungen und Hassrede, zulässt, unabhängig von einer individuellen Grundrechtsabwägung (zur Unterscheidung vgl. Christou 2007; Dregger 2020).