

Mario Haim

Die Orientierung von Online-Journalismus an seinen Publika

Anforderung, Antizipation, Anspruch

Die Orientierung von Online-Journalismus an seinen Publika

Mario Haim

Die Orientierung von Online-Journalismus an seinen Publika

Anforderung, Antizipation, Anspruch

Mario Haim
Berlin, Deutschland

Zgl. Dissertation an der Ludwig-Maximilians-Universität München, 2018

ISBN 978-3-658-25545-9 ISBN 978-3-658-25546-6 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-25546-6>

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

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2019

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer VS ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Danksagung

Diese Arbeit stellt die überarbeitete Fassung meiner im Juni 2018 an der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Ludwig-Maximilians-Universität München eingereichten Dissertation dar. Sie ist das Ergebnis aus rund viereinhalb Jahren Forschungsarbeit. Ein Ergebnis, von dem ich hoffe, dass es nicht nur zu meiner persönlichen Entwicklung beigetragen hat, sondern auch einen kleinen gesellschaftlichen Beitrag leistet.

Eine Dissertation ist dabei immer auch das Ergebnis zahlreicher Unterstützung durch andere. Durch Menschen, die mich auf unterschiedliche Art begleitet haben. Ihnen möchte ich an dieser Stelle noch einmal Danke sagen.

Mein größter Dank gebührt Hans-Bernd Brosius. Seine Offenheit, Expertise und Neugier schürten früh meine wissenschaftliche Begeisterung und mein akademisches Interesse, wofür er mir gleichsam viel Freiraum ließ. Für diesen Freiraum, das damit einhergehende Vertrauen, die dennoch jederzeit offene Tür und seine frühe Förderung bin ich sehr dankbar. Ferner bedanke ich mich bei Christoph Neuberger, Aske Kammer, Armin Scholl und Albrecht Schmidt für ihr fachliches Feedback und ihr anregendes Interesse während der letzten Jahre.

Darüber hinaus gilt mein Dank insbesondere Andreas Graefe, dessen Begeisterung für wissenschaftliche Forschung hoch ansteckend ist, Nina Springer, die scheinbar nie schläft und dennoch Zeit für ein Lektorat aufbringen kann, Veronika Karnowski für ihr jederzeit offenes Ohr sowie der Münchner Institutslaufrunde für einen unumstößlichen Ausgleich zum universitären Alltag. Ein Alltag, für den es wohl kaum bessere Umfeldler gibt als das Münchner IfKW, in dem sich zu jeder Zeit Idealbesetzungen für Antragsideen und Forschungsvorhaben, für Kaffeeklatsch und Kochabende, für Theaterbesuche und FIFA-Sessions finden.

Zuletzt bedanke ich mich bei Annabell für ihre unermüdliche Geduld, ihren Rückhalt, ihre Motivation, ihr kritisches Lektorat und ihre gelegentliche Ablenkung.

Mario Haim

München im Dezember 2018

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Orientierung an Publika im Online-Journalismus	9
2.1	Journalismus	10
2.1.1	Journalistische Qualität.....	13
2.1.2	Akzeptanz durch Publika.....	17
2.1.3	Qualität und Quote.....	18
2.2	Online-Journalismus	22
2.2.1	Veränderungen des kommunikativen Zugangs zu Öffentlichkeit.....	25
2.2.2	Veränderungen journalistischer Inhalte	27
2.2.3	Entstehung eines Computational Journalism	29
2.2.4	Veränderungen ökonomischer Herausforderungen	33
2.2.5	Veränderungen der Anschlusskommunikation	38
2.2.6	Veränderungen der Mediennutzung und Mediennutzungsforschung ...	40
2.3	Publika.....	46
2.3.1	Wandel des Verständnisses von Publika.....	51
2.3.2	Wandel der redaktionellen Publikaforschung.....	55
2.3.3	Wandel journalistischer Publikumsbilder	62
2.4	Orientierung an Publika	69
2.4.1	Gesellschaftliche (Makro-) Ebene	73
2.4.2	Organisatorische (Meso-) Ebene	77
2.4.3	Individuelle (Mikro-) Ebene	85
2.5	Zwischenfazit.....	89
3	Integrative Modellierung (antizipierter) Nutzung	95
3.1	Der dynamisch-transaktionale Ansatz	96
3.1.1	Transaktionale Perspektive	98
3.1.2	Molare Perspektive	99
3.1.3	Dynamische Perspektive.....	100
3.2	Erweiterung der Perspektiven	100
3.2.1	Akteurskonstellationen	101
3.2.2	Transaktionale Perspektive.....	105
3.2.3	Dynamische Perspektive.....	107
3.3	(Antizipierte) Nutzung.....	109
3.4	Zwischenfazit.....	112

4	Forschungsdesign.....	115
4.1	Forschungsfragen und Hypothesen.....	117
4.1.1	Status Quo der Orientierung an Publika im Online-Journalismus	117
4.1.2	Einfluss (antizipierter) Nutzung.....	118
4.1.3	Unterschiede auf Meso- und Makroebene	120
4.2	Untersuchungsgegenstand	121
4.2.1	Unabhängige Größe: (Antizipierte) Nutzung.....	121
4.2.2	Abhängige Größe: Orientierung an Publika	124
4.2.3	Einflussgrößen auf Mikro-, Meso- und Makroebene.....	126
4.3	Rekrutierung	128
4.4	Untersuchungszeitraum	131
4.5	Analysestrategie.....	133
5	Studie I: Automatisierte Online-Beobachtung.....	135
5.1	Stichprobe.....	137
5.2	Erhebungsinstrument	140
5.2.1	REST-API zur zentralen Datenspeicherung	143
5.2.2	Scrape-Dienst 1: Redaktionelle Startseiten.....	144
5.2.3	Scrape-Dienst 2: Einzelne Beiträge	146
5.2.4	Scrape-Dienst 3: Facebook-API	147
5.2.5	Scrape-Dienst 4: Facebook- und Twitter-Profilseiten	147
5.2.6	Web-Oberfläche zur Beobachtung und Verwaltung erhobener Daten.....	147
5.2.7	Zusatzskripte.....	148
5.3	Variablen	150
5.3.1	URL	150
5.3.2	Ressort.....	154
5.3.3	Veröffentlichungszeitpunkte.....	162
5.3.4	Lebensdauern.....	162
5.3.5	Positionierungen	163
5.3.6	Aktualisierung redaktioneller Startseiten.....	164
5.3.7	Überschrift, Tweet, Post und Titelbild.....	164
5.3.8	Aktualisierung einzelner Beiträge	167
5.3.9	Kommentarzahlen.....	168
5.3.10	Diffusion bei Facebook	168
5.4	Ergebnisse.....	169
5.4.1	Nutzung	171
5.4.2	Publikationszyklen.....	182
5.4.3	Distributionsmuster	196

5.4.4	Aktualisierungsmuster	210
5.5	Zwischenfazit.....	220
5.5.1	Berliner Morgenpost.....	222
5.5.2	Tagesschau.de.....	224
5.5.3	Washington Post.....	225
5.5.4	Washington Times.....	226
5.5.5	ZEIT online	227
6	Studie II: ExpertInneninterviews.....	229
6.1	Stichprobe.....	230
6.2	Erhebungsinstrument	232
6.3	Ergebnisse.....	234
6.3.1	(Antizipierte) Nutzung.....	234
6.3.2	Publikationszyklen.....	239
6.3.3	Distributionsmuster	242
6.3.4	Aktualisierungsmuster	244
6.4	Zwischenfazit.....	247
7	Fazit	251
7.1	Beantwortung der Forschungsfragen	251
7.2	Einordnung der Ergebnisse.....	256
7.3	Limitationen.....	260
7.4	Implikationen.....	262
7.4.1	Forschung	262
7.4.2	Praxis	265
7.4.3	Lehre.....	268
	Literaturverzeichnis	271
	Appendix.....	315

Abkürzungsverzeichnis

Anm. d. Verf.	Anmerkung des Verfassers
API.....	Application Programming Interface
CATI.....	Computer-Assisted Telephone Interviews
d.h.	das heißt
DTA.....	dynamisch-transaktionaler Ansatz
ebd.	ebenda
Hervorheb. im Orig.....	Hervorhebungen im Original
insbes.	insbesondere
PR.....	Public Relations
u.a.	und andere
URL.....	Uniform Resource Locator
vgl.	vergleiche
vs.....	versus
z. B.....	zum Beispiel

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Schemenhafte Darstellung des dynamisch-transaktionalen Ansatzes....	98
Abb. 2: Erweiterung der Akteurskonstellationen innerhalb des DTA	104
Abb. 3: Erweiterung der transaktionalen Perspektive innerhalb des DTA	106
Abb. 4: Erweiterung der dynamischen Perspektive innerhalb des DTA.....	108
Abb. 5: Untersuchungszeitraum	131
Abb. 6: Überblick einzelner Scrape-Dienste des Erhebungsinstruments.....	142
Abb. 7: Distanzen zwischen unmittelbar aufeinander folgend erfassten URLs	152
Abb. 8: Verteilung der Ressorts in der Stichprobe	161
Abb. 9: Kumulierte Nutzung nach der Erstveröffentlichung	173
Abb. 10: Geometrische Schwerpunkte der finalen Zwei-Cluster-Lösungen.....	176
Abb. 11: Verteilung der Cluster je Ressort und Redaktion.....	177
Abb. 12: Vergleich der Anteile aller/meistgeklickter Beiträge je Ressort	181
Abb. 13: Veröffentlichte Beiträge pro Tag	182
Abb. 14: Lebensdauer von Beiträgen auf der redaktionellen Startseite	186
Abb. 15: Veröffentlichte Beiträge im Tagesverlauf.....	187
Abb. 16: Lebensdauer veröffentlichter und meistgeklickter Beiträge	189
Abb. 17: Kommentar- und Share-Zahlen je Beitrag im Tagesverlauf	191
Abb. 18: Überlebenswahrscheinlichkeit meistgeklickter Beiträge	195
Abb. 19: Ressorts je initialer Position auf den redaktionellen Startseiten	197
Abb. 20: Emotionale Erregung und Valenz der initialen Überschrift.....	199
Abb. 21: Differenz zwischen Posts/Tweets und der Startseitenpublikation	202
Abb. 22: Emotionale Erregung und Valenz je Distributionskanal	204
Abb. 23: Teilwahrscheinlichkeit je Redaktion und Intermediär	209
Abb. 24: Zeitlicher Versatz der Änderungen an redaktionellen Startseiten.....	211
Abb. 25: Anzahl der Beitragsänderungen an Überschrift und/oder Titelbild ...	212
Abb. 26: Zeitlicher Versatz der Änderungen an einzelnen Beiträgen.....	214
Abb. 27: Differenz der Emotionalitätsniveaus geänderter Überschriften	215
Abb. 28: Aktualisierungswahrscheinlichkeit je Zeitpunkt pro Redaktion	219

Abb. A1: Erfassung redaktioneller Beiträge bei der Berliner Morgenpost.....	316
Abb. A2: Erfassung redaktioneller Beiträge bei Tagesschau.de.....	317
Abb. A3: Erfassung redaktioneller Beiträge bei der Washington Post.....	318
Abb. A4: Erfassung redaktioneller Beiträge bei der Washington Times.....	319
Abb. A5: Erfassung redaktioneller Beiträge bei ZEIT online.....	320
Abb. A6: Web-Oberfläche zur Verwaltung erhobener Daten.....	321
Abb. A7: Nutzung je Ressort.....	324
Abb. A8: Elbow-Kriterien bei unterschiedlichen Clusterlösungen.....	325
Abb. A9: Silhouette-Kriterien bei Kommentar-Clusterlösungen.....	326
Abb. A10: Silhouette-Kriterien bei Share-Clusterlösungen.....	327
Abb. A11: Dendrogramm der Zwei-Cluster-Lösung für Kommentare.....	328
Abb. A12: Dendrogramm der Zwei-Cluster-Lösung für Shares.....	329
Abb. A13: Lebensdauern auf den redaktionellen Startseiten je Ressort.....	331
Abb. A14: Veröffentlichte Beiträge je Ressort im Tagesverlauf.....	332
Abb. A15: Lebensdauer von Beiträgen je Wochentag.....	333
Abb. A16: Initiale Position je Ressort auf den redaktionellen Startseiten.....	335
Abb. A17: Distribution bei Facebook und Twitter je Ressort.....	336
Abb. A18: Umpositionierungen auf den redaktionellen Startseiten.....	338
Abb. A19: Änderungen an redaktionellen Startseiten im Tagesverlauf.....	339
Abb. A20: Zeitlicher Versatz der Änderungen an Top-Beiträgen.....	342
Abb. A21: Differenz der Erregungsniveaus je Share-Cluster.....	344
Abb. A22: Differenz der Erregungsniveaus je Kommentar-Cluster.....	345

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Entwicklung der redaktionellen Publikaforschung.....	58
Tab. 2: Operationalisierte abhängige Größen der Orientierung an Publika	125
Tab. 3: Übersicht der ausgewählten Fallbeispiele.....	139
Tab. 4: URL-Muster für Artikel am Beispiel von ZEIT online	151
Tab. 5: Validierungsergebnisse der Trainingsphase	160
Tab. 6: Textlängen und Anteile codierter Einzelbegriffe.....	166
Tab. 7: Übersicht der erhobenen Daten	170
Tab. 8: Nutzung je Redaktion	172
Tab. 9: Zusammensetzung der Listen meistgeklickter Beiträge	180
Tab. 10: Publikationszyklen auf den redaktionellen Startseiten	184
Tab. 11: Cox-Modelle der Lebensdauer auf den redaktionellen Startseiten	193
Tab. 12: Distribution einzelner Beiträge bei Facebook und Twitter.....	200
Tab. 13: Initiale Positionen und maximal erreichte Nutzung.....	206
Tab. 14: Cox-Modelle der Teilwahrscheinlichkeit je Beitrag bei Facebook	207
Tab. 15: Cox-Modelle der Teilwahrscheinlichkeit je Beitrag bei Twitter	208
Tab. 16: Aktualisierungen der redaktionellen Startseiten	210
Tab. 17: Vergleich mittlerer Zeitpunkte der ersten Änderung mit den t_{50}	216
Tab. 18: Cox-Modelle der Aktualisierungswahrscheinlichkeit der Überschrift	217
Tab. 19: Cox-Modelle der Aktualisierungswahrscheinlichkeit der Titelbilder.	218
Tab. 20: Übersicht der ExpertInneninterviews	231
Tab. A1: Übersicht erfasster redaktioneller Startseiten	315
Tab. A2: Zuteilung granularer Ressorts in Haupt-Ressorts	322
Tab. A3: Imputationsergebnisse fehlender Ressorts der Washington Times....	323
Tab. A4: Regressionsmodelle der Clusterlösungen meistgeklickter Beiträge ..	330
Tab. A5: Cox-Modelle der Lebensdauern ohne Ressorts	334
Tab. A6: Cox-Modelle der Teilwahrscheinlichkeit je Beitrag ohne Ressorts...	337
Tab. A7: Anzahl der Beitragsänderungen je Ressort bei Top-Beiträgen.....	340
Tab. A8: Anzahl der Beitragsänderungen je Ressort bei Nicht-Top-Beiträgen	341
Tab. A9: Cox-Modelle der Aktualisierungswahrscheinlichkeit ohne Ressorts.	343



1 Einleitung

Journalismus lebt von seinem Publikum. Er ist einerseits auf RezipientInnen ausgerichtet, etwa indem der Journalismus Orientierung bieten, umfassend informieren und ein Forum für gesellschaftliche Diskurse bereitstellen soll (Jarren, 2000). Andererseits stellt das Publikum – oder vielmehr: die Publika – für den Journalismus ein zentrales Gut dar, das sich vielerorts ökonomisch rechnen muss (Lobigs, 2016): Privatwirtschaftlich agierende Medienorganisationen sind darauf angewiesen, dass Publika bereit sind, für Journalismus Geld auszugeben, um gleichzeitig eben jene Publika über den Anzeigenmarkt feilzubieten; subventionierte Medienorganisationen (z. B. der öffentlich-rechtliche Rundfunk) sind qua ihrer Legitimation angehalten, eine gewisse Akzeptanz unter Publika sicherzustellen. Aus diesem reziproken Verhältnis erwachsen unter JournalistInnen bereits früh antizipierte Publikumbilder, deren Charakteristika Einfluss auf den journalistischen Schaffensprozess zugeschrieben wird (Hohlfeld, 2003).

Im Internet stattfindender Journalismus (hier: Online-Journalismus) nimmt in dieser Konstellation zunächst keine Sonderrolle ein. Und dennoch: Der Online-Journalismus kann und muss auf zahlreiche Veränderungen reagieren, die im Rundfunk oder auf dem Printmarkt nicht vorhanden sind. Dazu zählen erstens gänzlich neue Möglichkeiten der redaktionellen Beobachtung und Vermessung von Publika, die nicht mehr auf Post-hoc-Rationalisierungen im Rahmen von Befragungen oder die Betrachtung von Stichproben angewiesen sind, sondern verhältnismäßig kostengünstig auf unmittelbare Beobachtungen sämtlicher NutzerInnen zurückgreifen können (Fürst, 2018). Dazu zählen zweitens ökonomische Herausforderungen, die sich in einer härteren Konkurrenzsituation, deutlich gesunkenen Werbeeinnahmen und einer konstant niedrigen Zahlungsbereitschaft manifestieren (Picard, 2010). Drittens zählen veränderte Nutzungs- und Distributionsbedingungen dazu, was besonders mit Blick auf Intermediäre¹ (z. B. Aggregatoren, soziale Netzwerkseiten, Suchmaschinen) deutlich wird (van Dijck, 2013). Viertens machen technologische Entwicklungen ein Umdenken nötig, insofern etwa Algorithmen die Auffindbarkeit journalistischer Inhalte determinieren (Turow, 2013).

Der Online-Journalismus fördert und fordert damit eine Orientierung an Publika. Verglichen mit einem offline stattfindenden Journalismus haben die

¹ Intermediäre werden in dieser Arbeit als Vermittler zwischen Journalismus und Publika verstanden (Stark, Magin, & Jürgens, 2017). Dieses Verständnis grenzt sich somit ab vom „intermediäre[n] System“ der Öffentlichkeit, das „zwischen Gesellschaft und politischem System wie auch zwischen den unterschiedlichen intermediären Organisationen“ vermittelt (Donges & Jarren, 2017, S. 67f.).

Möglichkeiten der Beobachtung deutlich zugenommen, eine Orientierung an Publika wird gewissermaßen gefördert. Längst argumentieren nicht mehr nur Anzeigenabteilungen mit Zugriffszahlen und Reichweiten, sondern auch in Redaktionen sind Metriken allgegenwärtig, die über Publika Auskunft geben. Die Fragmentierung der Mediennutzung sowie möglicher Distributionskanäle machen es dabei erforderlich, nicht nur von *dem* Publikum, sondern von einer Vielzahl an Publika zu sprechen (Napoli, 2010). Gleichzeitig verdeutlicht diese Fragmentierung den redaktionellen Bedarf nach einer Maximierung von Nutzung. Denn während der Online-Journalismus theoretisch deutlich größere Publika erlaubt als etwa der geografisch limitierte Printjournalismus oder der zeitlich limitierte Rundfunk, so geht mit dieser gewonnenen Freiheit eine schwierigere Konkurrenzsituation aufgrund der gestiegenen Zahl an KommunikatorInnen einher. Entsprechend fordert der Online-Journalismus eine stärkere Orientierung an Publika, insofern der redaktionelle Bedarf nach Nutzung zugenommen hat. Nutzung wird dabei für die vorliegende Arbeit sowohl als tatsächlich gemessene als auch als antizipierte Nutzung verstanden. Das Nachkommen dieses redaktionellen Bedarfs nach (antizipierter) Nutzung – die Orientierung an Publika – umschreibt hier entsprechend Bemühungen, zunächst überhaupt in den Wahrnehmungsbereich möglicher RezipientInnen durchzudringen, um selbige anschließend davon zu überzeugen, Inhalte tatsächlich und regelmäßig zu nutzen und bestenfalls dafür zu bezahlen. Dass es sich dabei keineswegs um eine einmalige Aufwendung, sondern vielmehr um einen andauernden und vielschichtigen Prozess handelt, der zwischen verschiedenen AkteurInnen mit unterschiedlichem Handlungsspielraum ausgehandelt werden muss, liegt bereits mit Blick auf die genannten Veränderungen der Nutzungs- und Distributionsbedingungen nahe.

Wie im Laufe dieser Arbeit zu zeigen sein wird, lässt sich die Orientierung an Publika im Online-Journalismus als Potpourri aus Anforderung, Antizipation und Anspruch verstehen. Dabei stellen verschiedene AkteurInnen unterschiedliche Anforderungen an JournalistInnen, die primär ökonomisch (seitens der Medienorganisationen) oder technologisch (seitens der Intermediäre) geprägt sind. Um diesen Anforderungen nachzukommen, sind JournalistInnen angehalten, Reaktionen auf ihr journalistisches Schaffen zu antizipieren, wobei ihnen zahlreiche redaktionelle Hilfestellungen angeboten werden. Gleichzeitig betonen JournalistInnen in ExpertInneninterviews immer wieder, über eine Art Bauchgefühl zu verfügen, das sie in die Lage versetze, Nachrichten als solche erkennen und adäquat vermitteln zu können; JournalistInnen seien damit – allem technologischen Fortschritt zum Trotz – unverzichtbar (C. W. Anderson, 2011a; T. Bucher, 2017; A. M. Lee, Lewis, & Powers, 2014). Die daraus mitunter erwachsende Diskrepanz zwischen journalistischem Selbstverständnis und dem Einbezug maschinell vorgegebener Metriken, mithin zwischen menschlicher Intuition und

algorithmischer Determination, mündet schließlich, so eine zentrale These dieser Arbeit, in einem veränderten Anspruch, den Redaktionen sich selbst und ihren JournalistInnen auferlegen. Dieser Anspruch mag je nach Anforderung und Antizipation unterschiedlich ausfallen und etwa in ressourcenstarken Redaktionen in einer Professionalisierung münden, in der die angesprochene Diskrepanz auf unterschiedliche Aufgabenprofile verteilt wird. Zu diesem Schritt sind ressourcenschwache Redaktionen kaum imstande, sodass ihr Anspruch möglicherweise stattdessen in einer stark auf (antizipierte) Nutzung ausgerichteten Strategie und etwa in zu erreichenden Klickzahlvorgaben mündet. Die beiden Beispiele bilden dabei die Extrema eines gedachten Spektrums redaktioneller Ansprüche, worin zwar die Ausprägungen variieren, letztlich aber in allen Fällen eine journalistische Orientierung an Publika beobachtbar ist. Das Zusammenspiel aus Anforderung, Antizipation und Anspruch erfolgt dabei in einem ständigen Wechselspiel aus gegenseitiger Beobachtung; Wirkmuster sind kaum auf einzelne Faktoren zurückzuführen, sondern entzünden sich vielmehr im Rahmen eines dynamischen Zusammenspiels verschiedener AkteurInnen.

So manifestiert sich eine Orientierung an Publika im Online-Journalismus beispielsweise in Form von Argumenten für und gegen einzelne Themen in Redaktionskonferenzen (Tandoc, 2014, 2015). Diese Argumente formieren sich über längere Zeiträume vor dem Hintergrund ständiger Rückmeldungen ob der erreichten Nutzung einzelner Beiträge. Andere Ausprägungen der Orientierung an Publika im Online-Journalismus umfassen etwa die Anpassung redaktioneller Startseiten (Welbers, van Atteveldt, Kleinnijenhuis, Ruigrok, & Schaper, 2016) sowie veränderte Lebensdauern einzelner Beiträge (Zamith, 2015) in Abhängigkeit von erfahrenen Klickzahlen. Zahlreiche weitere Befunde deuten außerdem darauf hin, dass an Online-JournalistInnen in einigen Redaktionen – zusätzlich zur permanenten Konfrontation mit entsprechenden Metriken – Tagesziele in Form von zu erreichenden Klickzahlen herangetragen werden; je nach Redaktion fließt das Erreichen dieser Tagesziele dabei auch als Bewertungsmaßstab in Personalgesprächen mit ein (C. W. Anderson, 2011a; Ferrer-Conill & Tandoc, 2018; McKenzie, Lowrey, Hays, Chung, & Woo, 2011; Petre, 2015).

Mit der Bemessung und Bewertung journalistischen Schaffens anhand erreichter Nutzung geht immer wieder die Befürchtung eines Qualitätsverlusts einher (vgl. Boczkowski, Mitchelstein, & Walter, 2011). Diese Befürchtung stützt sich auf die von JournalistInnen gern vertretene Annahme, Publika bevorzugten im Zweifel Boulevardeskes und Sensationelles (Meyen & Riesmeyer, 2009, S. 179–188). Doch dieses direkte Abwägen von Qualität und Quote greift wohl mindestens in zweierlei Hinsicht zu kurz: Einerseits ist journalistische Qualität regelmäßig Gegenstand akademischer Diskussion, eine gemeinhin akzeptierte Definition ist kaum leistbar (vgl. Arnold, 2008; Neuberger, 2004; Russ-

Mohl, 1992). Was also ist jene Qualität, die hierbei gegen Quote abgewogen wird? Andererseits findet sich kaum empirische Evidenz für die zugrunde liegende Annahme, Publika würden ‚weiche‘ gegenüber ‚harten‘ Themen bevorzugen (Jungnickel, 2011; Serong, 2015; Voigt, 2016). Worin also besteht das Abwägen, wenn auf Seite der RezipientInnen kein Widerspruch vorliegt?

Zentral ist hierbei die Antizipation seitens der JournalistInnen. Gefolgt wird dabei im Kern der inzwischen mehr als einhundert Jahre alten Argumentationslinie, wonach fiktive Annahmen dasselbe Wirkpotential wie faktische Prämissen entfalten können (vgl. Cooley, 1902; Meusel, 2014; Thomas & Thomas, 1928). Der Einfluss von (fiktiven) Publikumsbildern auf den journalistischen Schaffensprozess ist seit den 1950er Jahren Gegenstand akademischer Forschung (Pool & Shulman, 1959; W. Schramm & Danielson, 1958; Zimmerman & Bauer, 1956) und deutet seither auf eine mitunter einseitige, gelegentlich gleichgültige sowie nunmehr differenzierte Wahrnehmung von Publika hin (Hohlfeld, 2005, 2016). Journalistische Publikumsbilder speisen sich dabei aus unterschiedlichen Quellen, etwa aus Zuschriften oder Kommentaren, Gesprächen mit KollegInnen, FreundInnen und Bekannten sowie aus der redaktionellen Publikaforschung² (Hohlfeld, 2003; Weischenberg, Malik, & Scholl, 2006a). Unabhängig von der Bewertung der Publika zeigen Befragungen außerdem, dass JournalistInnen Publikumsbildern im Journalismus generell und im Online-Journalismus im Speziellen einen gestiegenen Einfluss attestieren; als Gründe dafür werden häufig die ökonomische Entwicklung von Medienorganisationen sowie die Verfügbarkeit detaillierterer Daten, mithin die Entwicklung der redaktionellen Publikaforschung, vermutet (Blöbaum, Bonk, Karthaus, & Kutscha, 2010; Lauerer u. a., 2017; Tandoc, 2014; Weischenberg u. a., 2006a).

Aktuelle Befunde stützen sich zu großen Teilen auf leitfadengestützte ExpertInneninterviews und weisen deutliche Tendenzen einer Orientierung an Publika im Online-Journalismus auf. So verweisen JournalistInnen immer wieder auf das durch Metriken stärker belastbare Bauchgefühl, das es ihnen erlaube, ihre Publika besser einzuschätzen (Fürst, 2018; Heintz, 2010; Lowrey & Woo, 2010). Die ständige Verfügbarkeit der Publikaforschung empfinden dabei nur wenige JournalistInnen als Druck (Christin, 2014; Petre, 2015); vielmehr wird scheinbar das vage Gefühl ob der Präferenzen von Publika geschätzt, auf Basis dessen Themen ausgewählt (Hanusch & Tandoc, 2017), Ressourcen zugeteilt (Tandoc & Jenner, 2016) oder Distributionskanäle gewählt (Hanusch, 2015) werden. Die wenigen Studien, in denen ein anderer methodischer Zugang gewählt wurde, verbleiben dabei meist auf der Ebene von Positionierungen und erfahrenen Klickzahlen (Bright & Nicholls, 2014; A. M. Lee u. a., 2014; Welbers u. a.,

² Dieser Begriff wird für die vorliegende Arbeit im Einklang mit der Verwendung von „Publika“ im Plural verwendet. Eine vertiefende Diskussion dazu findet sich in Abschnitt 2.3.2.

2016; Zamith, 2015). Publikationszyklen, Distributions- oder Aktualisierungsmuster sind bislang ebenso wenig Teil der Forschung wie die Rolle von Intermediären für die Orientierung an Publika im Online-Journalismus. Ferner blieben Vergleiche über verschiedene Mediensysteme sowie unterschiedlich ressourcenstarke Redaktionen hinweg bislang meist aus (für Ausnahmen vgl. u.a. Boczkowski u. a., 2011; Ferrer-Conill & Tandoc, 2018). Für Deutschland gibt es bis heute keine Befunde, die über vereinzelte ExpertInneninterviews hinausgehen.

Die vorliegende Arbeit soll vier dieser Lücken schließen. Erstens werden leitfadengestützte ExpertInneninterviews erstmals in diesem Themenfeld systematisch mit automatisiert erhobenen Beobachtungsdaten kombiniert (für eine im Ansatz ähnliche Vorgehensweise vgl. Welbers u. a., 2016). Dafür wurden die redaktionellen Startseiten, die darauf publizierten Beiträge, redaktionelle Profile bei *Facebook* und *Twitter* sowie diverse Metriken von insgesamt fünf Redaktionen über einen Zeitraum von sechs Monaten systematisch erfasst. Ergänzend dazu wurden leitfadengestützte ExpertInneninterviews in zwei dieser Redaktionen, zwei anderen Redaktionen sowie bei zwei Software-Unternehmen entsprechender Analyse-Programme geführt. Diese methodische Triangulation soll durch die automatisierte Beobachtung einerseits deutlich mehr Detailtiefe bei gleichzeitig ausbleibender sozialer Erwünschtheit zutage bringen; andererseits sollen die so nur singular betrachtbaren Befunde durch ExpertInneninterviews kontextualisiert und etwa im redaktionellen Umfeld verortet werden. Zweitens werden in der vorliegenden Arbeit neben Klickzahlen auch diverse Metriken der Anschlusskommunikation sowie der Diffusion untersucht, das Spektrum betrachteter Metriken also erweitert. Wie noch zu zeigen sein wird, unterscheiden sich die Dynamiken dieser Metriken dabei deutlich von jenen der Klickzahlen. Drittens werden Intermediäre als zentrale AkteurInnen konzeptualisiert und damit ihre Rolle für den Online-Journalismus in dieser Arbeit explizit in den Blick genommen. Viertens werden neben US-Redaktionen erstmalig deutsche Redaktionen in eine Online-Beobachtung der Orientierung an Publika einbezogen. Damit lassen sich Unterschiede zwischen den USA und Deutschland ebenso untersuchen wie zwischen öffentlich-rechtlich finanzierten und privatwirtschaftlich agierenden Medienorganisationen. Zusammengefasst ergeben sich daraus drei forschungsleitende Fragen, die dieser Arbeit zugrunde liegen:

Wie sehen Publikationszyklen, Distributions- und Aktualisierungsmuster im Online-Journalismus aus?

Wie beeinflusst (antizipierte) Nutzung diese Publikationszyklen, Distributions- und Aktualisierungsmuster?

Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten lassen sich dabei zwischen unterschiedlichen Ressorts und Redaktionen erkennen?

Die vorliegende Arbeit ist in der Journalismusforschung verortet, speist sich also historisch aus der Kommunikatorforschung. Mit Anderson (2013) folgt die Arbeit außerdem einem primär externalistischen und nur sekundär einem internalistischen Ansatz der Journalismusforschung: Dabei wird zunächst eine umfassende (externalistische) Perspektive gewählt, die statt einzelner technologischer Entwicklungen umfassendere Tendenzen in den Blick zu nehmen sucht. Dieser Ansatz wird vor allen Dingen in der theoretischen Aufarbeitung sowie der automatisierten Online-Beobachtung (Studie I) verfolgt. Theoretisch stützt sich die Arbeit dabei auf systemtheoretische, (neo-)institutionalistische und akteurstheoretische Überlegungen. In den leitfadengestützten ExpertInneninterviews (Studie II) wird anschließend auf konkrete Ergebnisse der Online-Beobachtung sowie einzelne Technologien, Werkzeuge und Ausbildungswege rekurriert, um damit den schnellen Entwicklungen innerhalb und zwischen Redaktionen und Intermediären gerecht zu werden; diese (internalistische) Perspektive ist entsprechend praxisnah und gilt als eher unkritisch. Sie ermöglicht aber eine Rückbindung der zuvor gesammelten Erkenntnisse an die journalistische Praxis.

Ferner bietet die vorliegende Arbeit zahlreiche Anknüpfungspunkte für andere Forschungsbereiche innerhalb der Kommunikationswissenschaft. Dabei ist zunächst die Mediennutzungsforschung zu nennen, deren Erkenntnisse und Entwicklungen maßgeblichen Einfluss auf den Online-Journalismus und die Journalismusforschung haben. Darüber hinaus sind auch Aspekte der Medienwirkungsforschung in der vorliegenden Arbeit zu finden, insofern zumindest implizit von einem Wirkverhältnis zwischen Metriken und JournalistInnen ausgegangen wird. Zwar wurde im Rahmen der vorliegenden Arbeit keine Wirkung untersucht, Elemente der Medienwirkungsforschung werden aber insbesondere bei der Entwicklung der theoretischen Modellierung (Abschnitt 3) einbezogen. Zuletzt enthält die vorliegende Arbeit zahlreiche Elemente einer Methodenforschung. Neben der automatisierten Beobachtung und Verknüpfung verschiedener Online-Datenquellen wurden Diffusionszeitreihen geclustert, die emotionale Erregung und Valenz zahlreicher Überschriften automatisch inhaltsanalysiert sowie fehlende Ressorts mithilfe maschinellen Lernens imputiert.

Theoretisch wird in der vorliegenden Arbeit ein entsprechend umfangreicher Rahmen entwickelt, innerhalb dessen das dynamische und reziproke Abhängigkeitsverhältnis von Journalismus und Publika einer modernen Medienumgebung angemessen diskutiert werden kann. Eine Abgrenzung zwischen Journalismus „im“ Internet bzw. „außerhalb“ des Internets erscheint hierfür weder zielführend noch realitätskonform (vgl. Hindman, 2008; Neuberger, 2009). Stattdessen wird Journalismus zunächst als Konstrukt definiert, das sich auf drei Ebenen konstituiert – sowohl „im“ als auch „außerhalb“ des Internets. Ferner wird die Diskussion um journalistische Qualität und der vermeintliche Wider-

spruch zwischen Qualität und Quote in den Blick genommen (Abschnitt 2.1). Die zahlreichen Veränderungen, die den Online-Journalismus gegenüber einem traditionell verstandenen Journalismus charakterisieren, werden anschließend in sechs übergeordneten Kategorien näher betrachtet (Abschnitt 2.2). Davon im Ansatz etwas losgelöst, nähert sich der nächste Abschnitt jeweils chronologisch dem Verständnis von Publika – aus einer akademischen, einer forschungspraktischen und einer journalistischen Perspektive (Abschnitt 2.3). Schließlich werden die gesammelten Erkenntnisse der vorangegangenen Abschnitte auf den drei konstituierenden Ebenen von Journalismus im Licht der Orientierung an Publika im Online-Journalismus ineinander integriert und diskutiert (Abschnitt 2.4), um daraus ein erstes Zwischenfazit (Abschnitt 2.5) zu ziehen.

Die theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde bilden gleichsam die Grundlage für die Modellierung der Orientierung an Publika im Online-Journalismus, was in der vorliegenden Arbeit als (antizipierte) Nutzung beschrieben wird. Diese Modellierung baut in ihren Grundzügen auf dem dynamisch-transaktionalen Ansatz auf, integriert dabei aber Intermediäre als Erweiterung der relevanten AkteurInnen, legt ein deutlich umfangreicheres Verständnis gegenseitiger Beobachtungen, Erwartungen und Erwartungserwartungen an und versteht Dynamik nicht nur als zeitliche, sondern als vielschichtig fragmentierte Komponente (Abschnitt 3).

Für den empirischen Teil der vorliegenden Arbeit wird zunächst ein mehrmethodisches Forschungsdesign entworfen, das sich mit übergeordneten Forschungsfragen und Hypothesen sowie einem einheitlichen Untersuchungsgegenstand konfrontiert sieht (Abschnitt 4). Die eigentlichen Studien, eine automatisierte Online-Beobachtung (Abschnitt 5) und leitfadengestützte ExpertInneninterviews (Abschnitt 6), werden anschließend in separaten und unterschiedlich umfangreichen Abschnitten vorgestellt; aufgrund der Untersuchungsanlage, der erklärungsbedürftigen methodischen Vorgehensweise und der Datenlage wird dabei der ersten Studie deutlich mehr Platz eingeräumt. Die ExpertInneninterviews bauen außerdem teilweise auf den Befunden der Online-Beobachtung auf, insofern Teilergebnisse der Beobachtung in die Interviews einfließen.

Zuletzt werden die Befunde beider Studien ineinander integriert (Abschnitt 7.1), in die bestehende Forschung eingeordnet (Abschnitt 7.2) sowie methodische Limitationen diskutiert (Abschnitt 7.3). Darüber hinaus werden Schlüsse über Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Mediensystemen, Redaktionen und Ressorts gezogen. Die Arbeit schließt mit einer ausführlichen Diskussion der Implikationen ihrer Befunde für die weiterführende Forschung, die journalistische Praxis sowie ihre Aus- und Weiterbildung (Abschnitt 7.4).



2 Orientierung an Publika im Online-Journalismus

Die Orientierung an Publika ist im Journalismus ein gleichermaßen altbekanntes wie vielschichtiges Konstrukt. Ihr liegt der Gedanke zugrunde, JournalistInnen malen sich „einen fiktiven ‚Leser‘, ein Bild von [ihrem] Leserpublikum“ (Fabris, 1971, S. 364) aus, den sie als Manifestation ihrer (dispersen) Publika antizipieren. Die Ausgestaltung dieses Publikumbilds fußt dabei mitunter auf intersubjektiv nachvollziehbaren Datenquellen (z. B. aus der Mediennutzungsforschung), interindividuellem Austausch (z. B. in Redaktionskonferenzen) oder intraindividuellen Erfahrungen (z. B. aus Gesprächen mit RezipientInnen) (Hohlfeld, 2005). Berücksichtigung finden diese antizipierten Bilder der Publika schließlich im Rahmen des journalistischen Produktionsprozesses, ist ihm dabei gewissermaßen vorgelagert. Entsprechend spricht Rühl (1989, S. 113) von einer „Vorkoppelung“ im Kommunikationsprozess: Subjektive Publikumbilder, so die Annahme, formieren sich aus sich aus diversen Quellen und formen gleichsam weitere Kommunikationsprozesse, sodass sie potentiell Einfluss auf journalistische Entscheidungen entlang des Schaffensprozesses nehmen (vgl. Weischenberg, Bassewitz, & Scholl, 1989; Meyen & Riesmeyer, 2009; für dezidierte Online-Befunde vgl. A. M. Lee u. a., 2014; MacGregor, 2007).

Die Orientierung an Publika ist Teil zahlreicher Studien und Überlegungen, wengleich nicht immer ihr zentraler Bestandteil. Dabei wird das Konzept nicht erst seit dem Aufkommen eines im Internet stattfindenden Journalismus diskutiert, sondern spielt bereits in JournalistInnenbefragungen der 1950er Jahre eine Rolle. Die Vielzahl und Vielfalt seither entstandener empirischer Studien und theoretischer Überlegungen, die den Themenbereich der Orientierung an Publika tangieren, machen es damit einerseits schwierig, einen adäquaten Überblick über das Themenfeld zu erhalten. Andererseits unterstreichen sie die Relevanz und Vielschichtigkeit der Orientierung an Publika.

Für eine umfassende Aufarbeitung des Themenfelds, wie es in dieser Arbeit angestrebt wird, ist entsprechend zunächst eine Definition, Abgrenzung und Einordnung zentraler Begriffe nötig, die ferner systematisiert und gemäß ihres historischen wie inhaltlichen Kontexts eingeordnet werden sollen. Die Definition zentraler Begriffe – zumal selbsterklärend erscheinenden Begriffen – nötigt zunächst zu einer reflektierten Betrachtung des Themenfelds und einer klaren Abgrenzung von ähnlichen Konzepten. Sie fordert und fördert also Klarheit. Gleichzeitig ermöglicht die Definition grundlegender Begriffe, eine Marschrichtung für die vorliegende Arbeit vorzugeben. Die vorliegende Arbeit speist sich dabei aus der Forschung zur Orientierung an Publika im (Online-)Journalismus,

die im Laufe der Zeit mehrfach großen paradigmatischen Veränderungen unterlag. Es liegt daher nahe, ein breites Verständnis des Phänomens im Rahmen der Begriffsdefinition anzulegen, die Marschrichtung also nur sehr vage festzulegen. So soll sichergestellt werden, dass historische Parallelen ebenso wie jüngere Entwicklungen eingefangen werden können, um den Forschungsstand möglichst umfassend abbilden und letztlich die beiden empirischen Studien angemessen ausgestalten und bewerten zu können.

Zu diesen zentralen Begriffen zählen zunächst der Journalismus und das damit verbundene Verständnis von journalistischer Qualität (Abschnitt 2.1) sowie die daran anschließende Übertragung auf das Internet, mithin den Online-Journalismus (Abschnitt 2.2). Des Weiteren wird der Begriff der Publika definiert, kritisch gewürdigt und mit ihm die Entwicklung redaktioneller Publikaforschung sowie journalistischer Publikumbilder in den Blick genommen (Abschnitt 2.3), bevor die so gesammelten Erkenntnisse zuletzt in das für die vorliegende Arbeit zentrale Konstrukt der Orientierung an Publika integriert werden (Abschnitt 2.4). Die Aufarbeitung dieser Begriffe, insbesondere des Online-Journalismus, erfolgt sehr umfangreich, um das komplexe Verhältnis von Journalismus und seinen Publika aus verschiedenen Perspektiven und mit ausreichend Kontextualisierung analysieren zu können.

2.1 Journalismus

Journalismus ist von maßgeblicher Bedeutung für jede freie pluralistische Gesellschaft. Die Profession der JournalistInnen stellt dabei einen „Schlüsselberuf für die Demokratie“ (Meier & Neuberger, 2016, S. 7) dar. Entsprechend steht die Funktionstüchtigkeit des Journalismus immer wieder im Fokus gesellschaftlicher Beobachtung und Überprüfung (McQuail, 2013, S. 5). Für derartige Beobachtungs- und Überprüfungsprozesse bedarf es indes zunächst einer gemeinhin anerkannten Definition von Journalismus, die gleichermaßen theoretisch sinnvoll wie empirisch brauchbar sein soll (Scholl, 1997, S. 482). Eine verbindliche Definition scheint in der Journalismusforschung jedoch kaum leistbar: Zu verschiedenen sind die Perspektiven, aus denen theoretisch auf ‚den Journalismus‘ geschaut wird (Löffelholz, 2004; Rühl, 1980), zu vielfältig die Zugriffskriterien, nach denen ‚die JournalistInnen‘ in empirische Untersuchungen einbezogen werden (Böckelmann, 1993; Quandt, 2005). Dabei scheitert etwa eine akteurszentrierte Perspektive auf den Journalismus oftmals an der dafür nötigen Definition der zentralen AkteurInnen. Allzu oft endet sie in einer Zirkeldefinition, wonach JournalistIn ist, wer im Journalismus (hauptberuflich) tätig ist (Quandt, 2005). Ähnlich unbefriedigend ist eine rein systemorientierte Definition, die aus normativer Perspektive Journalismus als gesellschaftliches Teilsystem von umliegen-

den Teilsystemen abgrenzt, mit der „Funktion der aktuellen, periodischen, universellen und öffentlichen Selbstbeschreibung“ (Neuberger & Nuernbergk, 2015, S. 199) versteht und etwa nach dem binären Code „,aktuell‘ – ,nicht aktuell“ funktioniert (Neuberger, 2009, S. 36). Gleichzeitig sehen systemorientierte Definitionen aber handelnde Personen qua definitionem nicht vor und erschweren damit eine empirische Überprüfbarkeit immens (Altmeyden, Greck, & Evers, 2016, S. 52f.). Diese Diskrepanz unterschiedlicher Grundverständnisse, insbesondere zwischen systemorientiertem und akteurszentriertem Verständnis, führte deshalb in der Vergangenheit mehrfach zu integrativen Definitionsversuchen des Journalismus (Neuberger, 2000a; Scholl, 1997, 2016). Dabei sollten beide Perspektiven ineinander integriert werden, um den Journalismus adäquat als gesellschaftliche Größe beschreiben und gleichzeitig messbar machen zu können. Derartige Vorschläge riefen jedoch Kritik hervor, insbesondere aufgrund ebenjener direkten Verbindung von systemorientierter und akteurszentrierter Perspektive. So werde etwa die Komplexitätsreduktion von normativen Ansprüchen (systemorientierte Perspektive) auf einzelne Handlungen und damit messbare Tätigkeiten (aktorszentrierte Perspektive) dem Konstrukt Journalismus nicht gerecht (für einen Überblick der Kritik vgl. Quandt, 2005).

In Deutschland versucht sich deshalb Scholl (1997) an einer integrativen Definition von Journalismus, die einerseits auf eine normativ geprägte Systemperspektive aufbaut und sich andererseits dem systemorientiert fehlenden Rückgriff auf handelnde AkteurInnen durch eine mehrdimensionale Definition nähert. Er greift dabei auf (zunächst unveröffentlichte) Ideen Neuberger (vgl. spätere Arbeiten, etwa Neuberger, 2000a) sowie das bekannte Zwiebelmodell von Weischenberg (1992) zurück, das sich in ähnlicher Form auch im US-Kontext wiederfindet (P. Shoemaker & Reese, 1996), und leitet zunächst theoretisch vier individuell zu betrachtende aber eng miteinander in Verbindung stehende Ebenen für die Definition von Journalismus her. Zwischen der normativ geprägten systemischen (Mediensysteme) und der rollenzentrierten (MedienakteurInnen) Ebene werden dabei eine strukturelle (Medienorganisationen) und eine funktionale (Medienaussagen) Ebene berücksichtigt (Scholl, 1997). Diese viergliedrige Definition soll einerseits dem Bedarf gerecht werden, Journalismus sowohl in Form von handelnden AkteurInnen zu verstehen, als auch „diese Handlungen in systemischen Zusammenhängen zu beobachten, zu beschreiben und zu erklären“ (Scholl & Weischenberg, 1998, S. 15). Scholl trägt damit auch dem System/Umwelt-Paradigma Rechnung, wonach Systeme zwar als in sich geschlossen, aber in Beziehung zu ihrer Umwelt stehend charakterisiert werden (ebd., S. 20). Andererseits soll mit dieser theoretischen Vorarbeit der Grundstein für ein empirisch überprüfbares Verständnis von Journalismus gelegt werden. In weiterer Folge überführt Scholl (ebd.) deshalb diese Dimensionen in eine opera-

tionalisierbare Definition. Dabei grenzt er (1) das System Journalismus unter anderen von der PR sowie nicht-aktueller Publizistik ab. (2) Journalistische Organisationen teilt er in Abhängigkeit ihrer Produktions- und Distributionswege sowie ihrer Organisationsstruktur ein. Schließlich grenzt er (3) die journalistische Profession als hauptberufliche und differenzierte Ordnung mit spezifischen Kennzeichnungen (z. B. VerlegerIn, ReporterIn, ModeratorIn, etc.) von (4) journalistischen Tätigkeiten ab, die etwa das Recherchieren, Selektieren, Produzieren und Redigieren umfassen.

Scholl und Weischenberg (1998) unterziehen diesen Definitionsvorschlag schließlich einer empirischen Überprüfung³. Die Autoren verfolgen damit einen vollumfänglichen Ansatz und betrachten Journalismus (1) aus gesellschaftlicher Perspektive, mithin als soziales Funktionssystem; (2) aus organisatorischer Perspektive, bedingt etwa durch „ökonomische, aber auch politische, organisatorische und technologische Imperative“ (ebd., S. 22); (3) aus personeller Perspektive, um die Rolle von EinzelakteurInnen zu beleuchten, die innerhalb von Organisationen und im Rahmen von Systemen agieren; (4) aus funktionaler Perspektive auf Aussagen aufbauend und damit im Zusammenspiel mit anderen KommunikatorInnen sowie mit den Publika. Den Spagat zwischen System und Individuen unter Einbezug diverser Umweltfaktoren, mithin „zwischen kognitivem und sozialem System“ (ebd., S. 194), bezeichnen die Autoren dabei als „Korrespondenzverhältnis mit wechselseitigem Irritationspotential“ (ebd.). Eine Definition von Journalismus auf mehreren Ebenen deutet also keineswegs auf eine strikt hierarchische Anordnung oder ein kausales Verhältnis zwischen den Ebenen hin. Vielmehr ist etwa das Mediensystem gleichermaßen imstande, seine JournalistInnen zu formen, wie JournalistInnen imstande sind, das Mediensystem zu gestalten. Reziproke Abhängigkeiten prägen dieses mehrdimensionale Verständnis, das in seiner Gesamtschau ein valides und vollumfängliches Bild des Journalismus liefern soll.

Die vorliegende Arbeit folgt diesem mehrdimensionalen Verständnis von Journalismus, das Scholl (2016) in etwas reduzierter (dreistufiger) Form auch als Akteur-Struktur-Dynamik beschreibt. Der integrativen Sozialtheorie Schimanks (2007, 2016) folgend, bildet dabei „die wechselseitige Konstitution von Handeln und Strukturen“ (Schimank, 2016, S. 186) die sozialtheoretische Grundlage. Schimank (ebd.) spricht von beobachtenden, beeinflussenden und verhandelnden Dynamiken, die sich im Zusammenspiel aus handelnden AkteurInnen und eini-

³ Die erste Auflage der Studie „Journalismus in Deutschland“ (JourID 1) wurde 1993 durchgeführt. Für die Methodenkombination wurden hauptberuflich tätige JournalistInnen in Deutschland in einer repräsentativ gewichteten Befragung um „einen gelungenen Artikel oder ein gelungenes Sendemanuskript“ gebeten, welche anschließend einer Inhaltsanalyse unterzogen wurden (Scholl & Weischenberg, 1998, S. 358).

germaßen dauerhaften Strukturen abzeichnen. Auf der Seite handelnder AkteurInnen beeinflusst der Journalismus dabei maßgeblich die gesellschaftliche Dynamik durch die Vermittlung von „öffentlich ablaufende[n] Prozesse[n] des Beobachtens, Beeinflussens und Verhandeln“ (Neuberger, 2007a, S. 140). Demnach ist der Journalismus immer maßgeblich beteiligt, wenn (1) AkteurInnen auf gesellschaftlicher Ebene die Publika beobachten, (2) AkteurInnen auf organisatorischer Ebene versuchen, die Berichterstattung zu beeinflussen, (3) AkteurInnen auf individueller Ebene Themen im Rahmen eines öffentlichen Diskurses verhandeln. Strukturen bilden dabei den Rahmen, innerhalb dessen „Akteure handeln müssen, können oder sollen“ (Scholl, 2016, S. 181); AkteurInnen sind durch ihr Handeln aber gleichzeitig in der Lage, vorhandene Strukturen zu verändern. Erneut auf den Journalismus übertragen, sieht sich selbiger dabei entsprechend mit dreierlei konstituierenden Strukturen konfrontiert: (1) Gesellschaftliche Normen tragen Deutungsstrukturen an den Journalismus heran, machen gewissermaßen das „Wollen“ der handelnden AkteurInnen aus; (2) organisatorische Rahmen schaffen eine institutionelle Erwartungsstruktur, determinieren bis zu einem gewissen Grad also das „Sollen“; und (3) einzelne AkteurInnen stehen durch ihre eingenommenen Rollen und ausgeführten Tätigkeiten in Konstellationsstrukturen zueinander in Beziehung, unterliegen insofern also ihrem „Können“ (Neuberger, 2007a, S. 141, vgl. auch 2000a).

Diesem Verständnis entsprechend wird Journalismus für die vorliegende Arbeit als Konstrukt verstanden, das sich auf drei (nicht immer trennscharfen) Ebenen konstituiert – auf einer gesellschaftlichen (Makroebene), einer organisatorischen (Mesoebene) und einer individuellen (Mikroebene) Ebene (Neuberger, 2000a; Quandt, 2005; Scholl, 1997, 2016). Journalismus beobachtet demnach auf der Makroebene gesellschaftliche Teilbereiche und erzeugt gesellschaftlich relevante, non-fiktionale und aktuelle Aussagen (Weischenberg, Malik, & Scholl, 2006b, S. 346). Auf der organisatorischen Ebene generiert der Journalismus diese Aussagen nach professionellem Maßstab und unter Berücksichtigung spezifischer Regeln und Normen innerhalb von Medienorganisationsstrukturen, etwa Redaktionen (Donges, 2006, S. 564). Auf individueller Ebene schließlich arbeiten JournalistInnen an der Erzeugung von Medienprodukten, indem sie etwa recherchieren, selektieren, produzieren (z. B. schreiben, schneiden, programmieren), redigieren oder verwaltenden Tätigkeiten nachgehen (Quandt, 2005, S. 28).

2.1.1 Journalistische Qualität

Mit dieser Definition von Journalismus geht ein großes Maß an gesellschaftlicher Verantwortung einher (Costeria Meijer, 2001). Dabei betont etwa Deuze (2005) die große persönliche Identifikation, die die Profession „JournalistIn“ mit sich bringt. McQuail (2013, S. 5f.) verweist auf die normativ relevanten Funkti-

onen des Systems Journalismus, die einer Gesellschaft transparente Informationen zur Verfügung stellen und so zum generellen Meinungsbildungsprozess beitragen sollen, Meier (2007, S. 15) beschreibt den Journalismus als „konstitutiv für die Demokratie“. Darüber hinaus unterstreichen auch die konstituierenden Strukturen – Deutungs- (Makroebene), Erwartungs- (Mesoebene) und Konstellationsstrukturen (Mikroebene) – die bedeutsame Rolle des Journalismus, der einen essentiellen Teil eines freien pluralistischen Gesellschaftssystems darstellt (ebd.). Aus dieser normativ geprägten Perspektive lassen sich Anforderungen an einen qualitativ hochwertigen Journalismus zunächst nur normativ formulieren⁴. So soll Journalismus Transparenz herstellen, staatliche Gewalten kontrollieren, als „Frühwarnsystem“ der Gesellschaft“ die öffentliche Aufmerksamkeit auf zentrale Themen lenken, dabei immer vollständig und sachlich informieren und eine möglichst umfängliche Vielfalt von Themen, Meinungen und AkteurInnen sicherstellen (ebd., S. 15). Insgesamt wird dem Journalismus damit eine kaum zu unterschätzende Rolle in der öffentlichen Meinungsbildung zuteil, für die ihm redaktionelle wie professionelle Unabhängigkeit eingeräumt und garantiert wird (ebd.; vgl. auch Deuze, 2005, S. 448f.; McQuail, 2013, S. 20–22).

Doch die Sicherstellung dieser normativen Verantwortung ist in freien pluralistischen Gesellschaftssystemen aus zwei zentralen Gründen nicht ohne weiteres realisierbar. Erstens handelt es sich bei den normativen Anforderungen an Journalismus nicht um dezidiert messbare, sondern stattdessen um empirisch kaum fassbare Größen. Qualitätskriterien können auf einer Makroebene entsprechend nur Ideale darstellen, die einer Demokratie zuträglich sind. Im besten Fall nähern sich journalistische Leistungen möglichst nah an diese Ideale an. Zweitens würde nahezu jede Überprüfung, die rechtliche Folgen nach sich ziehen kann, als Einschränkung der Rede- und/oder Pressefreiheit gewertet. Mit Ausnahme von Regelungen in den Grundgesetzen (z. B. dem Jugendschutz) gelten stattdessen Selbstverpflichtungen, Kodizes und gegenseitiges Beobachten (etwa unter dem Schlagwort „Medienjournalismus“) als Maxime einer freien Medienlandschaft (Serong, 2015, S. 78f.; vgl. auch Fengler u. a., 2015). Um dem Dilemma aus normativem Anspruch und kaum zu operationalisierenden Idealvorstellungen zu begegnen, werden Qualitätsanforderungen auf anderen konstituierenden Ebenen des Journalismus konkretisiert, um sie dort einer Überprüfung unterziehen zu können.

Diese fehlende Handhabe ist dabei weniger Makel, sondern vielmehr Erregungenschaft einer modernen Demokratie, die freie Meinungsäußerung unter

⁴ Damit ist nicht gemeint, dass journalistische Qualität hier per se normativ verstanden wird. Während der Journalismus seine Relevanz primär aus normativer Perspektive zieht, ist Qualität vielmehr ein vielschichtiges Konstrukt, auf das wir noch zurückkommen (vgl. Hasebrink, 2000; Schweiger, 2007, S. 262; Serong, 2015).

besonderen Schutz stellt (McQuail, 2013, S. 34–36). Die Sicherstellung der normativen Verantwortung von Journalismus folgt demnach operationalisierten Kriterien, die als Handreichung Einzug in journalistische Curricula, nationale Selbstverpflichtungen und regelmäßige Diskussionen zur Medienqualität gefunden haben. Vorstöße in diese Richtung gibt es zuhauf, die Liste von Kriterienkatalogen journalistischer Qualität ist allein in der deutschsprachigen Literatur entsprechend lang (vgl. Arnold, 2008, 2016; H.-J. Bucher, 2003; Daschmann, 2009; Hohlfeld, 2010; Jandura & Friedrich, 2014; Jungnickel, 2011; Rager, 1994; Russ-Mohl, 1992; Schatz & Schulz, 1992; Wilke, 1998; Wyss, 2003).

Dieser Vielfalt zum Trotz ist den meisten dieser Kriterienkataloge journalistischer Qualität zunächst gemein, dass sie sich auf Informationsjournalismus beziehen. Das überrascht wenig, zumal eine der zentralen gesellschaftlichen Funktionen von Journalismus die Informationsfunktion ist (Meier, 2007, S. 226). Trotz unterschiedlicher Ausgestaltung stützen sich darüber hinaus die meisten Kriterienkataloge im Kern auf ähnliche Qualitätsaspekte eines informierenden Journalismus. Diese Aspekte beziehen sich auf das journalistische Produkt sowie auf das Handeln journalistischer AkteurInnen, teilweise auch auf die Rahmenbedingungen, die von journalistischen Organisationen oder Mediensystemen ausgehen. Zu den Qualitätsaspekten des journalistischen Produkts zählen etwa Vielfalt, Unparteilichkeit und Verständlichkeit (Daschmann, 2009; Schatz & Schulz, 1992)⁵. Qualitätsjournalismus umfasst demnach journalistische Produkte, die ein breites Themenfeld abdecken und dabei sämtliche relevanten AkteurInnen zu Wort kommen lassen (Vielfalt), keine AkteurInnen unbegründet bevorzugen (Unparteilichkeit) und Sachverhalte den jeweiligen Publika angemessen vermitteln (Verständlichkeit). All diese Kriterien können mittels Inhaltsanalyse erfasst werden, um einem Beitrag ein (nicht) ausreichendes Maß an Vielfalt zu attestieren (Kamber & Imhof, 2011). Das Handeln journalistischer AkteurInnen als zweite Bemessungsgrundlage journalistischer Qualität sieht eine unabhängige und transparente Berichterstattung von aktuellen, wahrhaftigen und relevanten Informationen vor. Qualitätsjournalismus gründet sich hierbei also auf objektivem, unvoreingenommenem und gewissenhaftem Handeln gegenüber gesellschaftlich relevanten Informationen (H.-J. Bucher, 2003; Jandura & Friedrich, 2014)⁶. Die Sicherstellung dieser Kriterien wird meist über Befragungen von JournalistInnen und ihre perzipierten Berufsnormen erfasst, die das Selbstver-

⁵ Je nach Kriterienkatalog werden weitere Kriterien für journalistische Produkte berücksichtigt. So verweist Meier (2007, S. 227) in seiner Rundschau noch auf Sinnlichkeit, Attraktivität und Nutzwert, Jungnickel (2011) ergänzt Rechtmäßigkeit, Sachgerechtigkeit, Relevanz und Transparenz.

⁶ Die Ausgestaltung der Kriterien variiert auch hier von Kriterienkatalog zu Kriterienkatalog. So berücksichtigt zum Beispiel Post (2015) systematische Methoden während Blumler (1991) auf Authentizität verweist.

ständnis von JournalistInnen verdeutlichen. So verstanden sich beispielsweise JournalistInnen in Deutschland zuletzt als Sprachrohr der Zivilgesellschaft, KontrollleurInnen politischer Instanzen oder nüchterne ReporterInnen der Realität (Weischenberg u. a., 2006a), wohingegen sich JournalistInnen in den USA primär als nüchterne ReporterInnen der Realität sowie als AufklärerInnen verstehen (Vos & Craft, 2016). In offeneren Befragungen geben JournalistInnen in beiden Ländern an, immer im Auftrag der Publika zu handeln (Meyen & Riesmeyer, 2009; Tandoc & Vos, 2015).

Diese Mikroperspektive lässt jedoch außer Acht, dass journalistische Qualität nicht Aufgabe einzelner JournalistInnen ist (Meier, 2007, S. 229). Stattdessen agieren Einzelpersonen in einem organisatorischen Kontext, der Rahmenbedingungen auf Basis des Selbstverständnisses von Medienunternehmen oder Redaktionen vorgibt (Mesoebene). Dieses Selbstverständnis ist dabei geprägt von der Ausrichtung des Mediensystems, in dem es agiert (Makroebene). Während beispielsweise duale Mediensysteme einem Teil der Redaktionen strukturell engere Rahmenbedingungen für ihr Handeln setzen (z. B. Deutschland), unterliegen Medienunternehmen in Mediensystemen, die primär Strukturen der freien Marktwirtschaft folgen, mitunter weniger, mindestens aber anderen Einschränkungen (z. B. USA). Zudem verfolgt etwa das deutsche Mediensystem einen außenpluralistischen oder horizontalen Ansatz, wonach einzelne Qualitätsansprüche, zum Beispiel Vielfalt, nicht innerhalb jeder einzelnen Veröffentlichung, sondern vielmehr in der Summe des publizistischen Spektrums sichergestellt werden sollen (Hellman, 2001). Darüber hinaus hält mit der zunehmend nötigen Professionalisierung des Journalismus auch eine innerredaktionelle Qualitätssicherung Einzug in Medienunternehmen und Redaktionen (Agarwal & Barthel, 2015; Lewis, 2012). Dabei formulieren Medienunternehmen zunächst Qualitätsansprüche, die sie in Leitbildern, Zielvereinbarungsgesprächen, eigenen Kodizes, Statuten oder sogenannten Styleguides festhalten. Im Rahmen eines umfanglicheren *Total Quality Managements* fördern Unternehmen die Umsetzung dieser Ziele sogar aktiv, etwa durch – in Deutschland rechtlich schwierige – Leistungslohnsysteme, und überprüfen im weiteren Verlauf schließlich die Einhaltung vereinbarter Ziele (Wyss, 2003). Von einer weiten Verbreitung solcher Qualitätssichernden Praktiken kann jedoch nicht die Rede sein. So stellt etwa Hermes (2006) fest, dass Leitbilder, Kodizes oder Styleguides lediglich in einem Bruchteil der von ihr untersuchten Redaktionen überhaupt Qualitätsmaßstäbe benennen. Innerredaktionelle Qualitätssicherung findet demnach nur in wenigen großen Redaktionen, die sich ein Qualitätsmanagement auch finanziell leisten können, sowie vor allem in öffentlich-rechtlichen Medienorganisationen statt (Hermes, 2006; Wyss, 2002, 2003, 2013). Normativ geprägte journalistische Qualität lässt sich vor diesem Hintergrund nur integrativ auf allen konstituierenden Ebe-

nen von Journalismus beschreiben. Neben der Qualität des journalistischen Produkts müssen also das Handeln individueller AkteurInnen genauso wie organisatorische und systemische Strukturen in Betracht gezogen werden.

2.1.2 Akzeptanz durch Publika

Selbst eine derart integrative Definition von journalistischer Qualität lässt indes außen vor, dass auch Publika als zentrale Größe Qualitätsansprüche an den Journalismus stellen. So betont etwa McQuail (1992, S. 11), dass „media performance in the public interest“ zu bewerten sei und ergo neben einer gesellschaftlichen, staatlichen und professionellen auch einer Publikumperspektive folgen müsse. In der deutschsprachigen Literatur unterstreichen Schatz und Schulz (1992), dass es für ein adäquates Verständnis von journalistischer Qualität unabdingbar sei, die Einschätzung durch Publika zu berücksichtigen. Sie sprechen dabei vom Kriterium der Akzeptanz (ebd., S. 705–708). Diese Ansicht gilt heute weitestgehend als akademischer Konsens: Die Bewertung journalistischer Qualität soll sich nicht darüber hinwegsetzen, welche Inhalte akzeptiert werden, welche Inhalte also in welchem Ausmaß nachgefragt und genutzt werden (vgl. Altmeppen, 2003; Glotz & Langenbucher, 1969; Hasebrink, 1997; Heinrich, 1996; Hohlfeld, 2005; Neuberger, 1997; Russ-Mohl, 2008).

Die Akzeptanz durch Publika basiert dabei zunächst auf der Annahme, dass RezipientInnen eine feste Vorstellung von journalistischer Qualität, mithin von „dem Journalismus“, haben, die unabhängig von journalistischen Produkten gemessen (erfragt) werden kann (vgl. Trepte, Reinecke, & Behr, 2008). Darüber hinaus lässt sich Akzeptanz als kommunikative Eigenschaft zwischen Publika und Journalismus verorten. Diesem Verständnis zufolge messen Publika journalistischen Beiträgen und Marken Qualität bei, wenn das jeweilige Angebot den eigenen Erwartungen gerecht wird (Stark, 2013). Ferner lässt sich Akzeptanz als antizipierte Größe seitens der JournalistInnen verorten. So integriert etwa Arnold (2008, S. 499) Akzeptanz in die Akteur-Struktur-Dynamik und beschreibt die journalistische Erwartungsstruktur als „nicht nur vom übergeordneten Orientierungshorizont, dem Wollen, [abhängig], sondern auch davon, ob die Angebote von Publika verwendet werden können.“ Er verweist damit auf Vorstellungen über Publika, die JournalistInnen entsprechende Anreize für ihr journalistisches Schaffen bieten.

Aus demokratietheoretischer Sicht ist erwartbar, dass sich diese drei Akzeptanzbewertungen (durch Publika, als kommunikative Eigenschaft, durch JournalistInnen) stark ähneln, insofern mündigen BürgerInnen unterstellt werden kann, dass sie langfristig qualitativ als hochwertig eingeschätzte Nachrichtenmedien bevorzugen (Jungnickel, 2011) und sich diese Präferenz nachhaltig auf die anderen Bewertungen auswirkt. In der Tat weisen etwa Studien, die Qualitätsbewer-

tungen mit tatsächlichem Nutzungsverhalten vergleichen, durchweg einen positiven mittleren Zusammenhang zwischen der zugeschriebenen Qualität und der Nutzung auf (Dahinden, Karninski, & Niederreuther, 2004; Gunter, 1997; Wolling, 2002; für einen Überblick vgl. Schweiger, 2007, S. 264f.). Allerdings macht die (mittlere) Stärke der gefundenen Korrelationen gleichsam deutlich, dass die Wahl der RezipientInnen für ein Medienangebot und gegen ein anderes nicht immer von Qualitätsüberlegungen determiniert wird. Stattdessen spielen hier wohl auch „Programmschemata, Sendeplätze, Ein-Zeitungskreise, Abonnements und selbst Algorithmen“ (Serong, 2015, S. 16) eine wesentliche Rolle.

Eine differenzierte Betrachtung der Publikumsperspektive im Rahmen eines situationsabhängigen Verständnisses von journalistischer Qualität erscheint entsprechend angebracht. Ein solches Verständnis ist nicht auf bestimmte Qualitätsansprüche festgelegt, sondern begreift journalistische Qualität als Konstrukt, das unterschiedliche AkteurInnen in unterschiedlichen Situationen unterschiedlich beurteilen. Dafür schlägt etwa⁷ Serong (2015, S. 13) eine differenzierte Betrachtung von bewertetem Gegenstand (Bewertungsobjekt) und wertender Instanz (Wertungsobjekt) vor. Diesem Verständnis folgend lassen sich einerseits Qualitätsbewertungen von „dem Journalismus“, einzelnen Marken oder singulären Beiträgen durch Publika wie durch JournalistInnen einordnen. Andererseits ist so auch die Einordnung der Akzeptanz von Publika (Bewertungsobjekt) durch antizipierende JournalistInnen (Wertungsobjekt) möglich.

2.1.3 *Qualität und Quote*

Ein derart differenziertes Verständnis von journalistischer Qualität verdeutlicht darüber hinaus das häufig bemühte Dilemma aus Qualität und Quote (vgl. Schweiger, 2007, S. 263; Singer, 2011, S. 628). Denn trotz mittlerer Korrelation zwischen Nutzung und durch NutzerInnen zugeschriebene Qualität unterscheiden sich mitunter die Faktoren, die zu einer entsprechenden Nutzung oder Qualitätsbewertung führen, je nach Wertungsobjekt und Situation. So nennen RezipientInnen, wenn sie nach qualitativen Kriterien für journalistische Produkte befragt werden, regelmäßig normativ geprägte Kriterien wie Vielfalt oder Verständlichkeit (Costera Meijer & Bijleveld, 2016). Diese Dimensionen spiegeln sich im Kern auch in der Qualitätsbewertung singulärer Beiträge wider (Jungnickel, 2011; Mehlis, 2016). Eine Nutzungsentscheidung folgt dabei aber (auch)

⁷ Auch Neuberger (2004, S. 35) unterscheidet wertende AkteurInnen, allerdings zwischen direkt betroffenen Anspruchsgruppen und RepräsentantInnen derselben. Direkt betroffene Anspruchsgruppen umfassen zum Beispiel in der Berichterstattung thematisierte PolitikerInnen, WerkbundInnen oder Publika. Zu den RepräsentantInnen zählt er etwa die Rechtsprechung (z. B. bei Verhandlungen rund um Verstöße gegen das Jugendschutzgesetz) und die Wissenschaft. Ein antizipiertes Verständnis von Akzeptanz ist dabei nicht vorgesehen, weshalb diesem Vorschlag hier nicht gefolgt wird.

habitualisierten oder ritualisierten Verhaltensmustern (Voigt, 2016, S. 68) sowie anderen Erwartungshaltungen, Abwägungen und Rechtfertigungen, die etwa Brosius (1995) als Alltagsrationalität zusammenfasst. Der vermeintliche Widerspruch zwischen Qualität und Quote ist also schon allein deshalb kein Widerspruch, weil auf Publikaseite keine Konkurrenz zwischen den beiden besteht (vgl. auch Schweiger, 2007, S. 262).

Auf Anbieterseite wird „Quote“ im Rahmen des bemühten Dilemmas häufig mit Begriffen wie Sensationalismus, Infotainment, Boulevardisierung (auch: Tabloidization) oder schlicht „Aufmerksamkeit“ in Verbindung gebracht (vgl. Magin, 2017; Meyen, 2015; Reinemann, Stanyer, Scherr, & Legnante, 2012; Wolling, 2002). Dieser Begriffsvielfalt zum Trotz beschreiben alle Termini eine Entwicklung hin zu formal einfacherer und mitunter reißerischerer, inhaltlich leichter und stilistisch emotionalerer Berichterstattung. Den Begriffen haftet darüber hinaus der Beigeschmack eines Verfalls der Qualität in der Berichterstattung an (Uribe & Gunter, 2004, S. 387f.). In der Tat zeigen empirische Befunde eine Veränderung im Längsschnitt der Themenauswahl, des Stils sowie des Layouts: Politische („harte“; vgl. Reinemann u. a., 2012) Themen werden demnach weniger oft berücksichtigt, Beiträge und insbesondere ihre Überschriften sind heute emotionaler als noch vor wenigen Jahren, gedruckte Beiträge enthalten mehr Bilder und Filmbeiträge mehr Amateuraufnahmen (Grabe, Zhou, & Barnett, 2001; Hoffmann, 2001; Magin, 2017; Slattery & Hakanen, 1994; Vetthehen, Nuijten, & Beentjes, 2005). Die unterschiedlichen Operationalisierungen machen an dieser Stelle aber bereits deutlich, dass nicht alle Befunde, die beispielsweise vermehrt Bilder in der Berichterstattung beobachten, ein belastbarer Beleg für eine Umorientierung von Qualität zu Quote darstellen (für differenziertere Betrachtungsweisen vgl. Djupsund & Carlson, 1998; Donsbach & Büttner, 2005; Magin & Stark, 2015). Hinzu kommen Studien, die diese Befunde nicht durchgehend bestätigen oder teilweise widerlegen. So stellen etwa Landmeier und Daschmann (2011) keine Tendenzen einer – wie sie es nennen – Boulevardisierung in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* seit Beginn der 1980er Jahre fest. Sie operationalisieren Boulevardisierung dabei als Index aus mehreren Merkmalen wie Bebilderung, Themenverteilung, Artikelgrößen und dem vermittelten Diskurs in Beiträgen. Ähnliche Befunde zeigen sich in anderen Ländern und für andere Mediengattungen (Lehman-Wilzig & Seletzky, 2010; Schönbach, 2000; Scott & Gobetz, 1992; Winston, 2002). Es fällt entsprechend schwer, ein einheitliches Bild einer solchen Entwicklung zu zeichnen, die einerseits theoretisch normativ aufgeladen ist, andererseits aber empirisch primär an Formalia bemessen wird. Darüber hinaus könnte eine Entwicklung zu kürzeren Beiträgen, mehr Bebilderung und emotionaleren Überschriften auch technologischen Entwicklungen oder einem veränderten Nutzungsverhalten geschuldet sein. Die Frage