

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung: Den Möglichkeitsraum einer neuen Ordnung des Journalismus entfalten .....</b>	<b>23</b>
1.1	Ausgangsfrage, Ziele und Relevanz der Untersuchung .....	27
1.1.1	<i>Was leistet die Studie?.....</i>	27
1.1.2	<i>Welche Relevanz ergibt sich für die Wissenschaften?.....</i>	29
1.1.3	<i>Welche praktischen Beiträge sollen sich für welche Bereiche ergeben?.....</i>	30
1.2	Wissenschaftstheoretische Position .....	32
1.3	Gang der Untersuchung .....	36
<b>2</b>	<b>Entwicklung eines theoretischen Bezugsrahmens .....</b>	<b>39</b>
2.1	Ausgangspunkt Journalismusforschung: Eine Durchsicht des Theoriebestandes .....	39
2.1.1	<i>Theorien der Kategorie 1: Aussagenentstehung .....</i>	42
2.1.2	<i>Theorien der Kategorie 2: Akteursbezogene Ansätze.....</i>	42
2.1.3	<i>Theorien der Kategorie 3: Gesellschafts- und Sozialtheorien .....</i>	43
2.1.4	<i>Theorien der Kategorie 4: Praxistheorien.....</i>	46
2.2	Praxis- und Strukturationstheorie als integrativer Rahmen.....	52
2.2.1	<i>Handeln: Was charakterisiert Akteure?.....</i>	54
2.2.2	<i>Struktur: Was kennzeichnet Ordnung?.....</i>	59
2.2.3	<i>Soziale Praktiken als Vermittlungsinstanzen: Wie werden Handeln und Struktur verknüpft? .....</i>	64
2.2.4	<i>Stabilität und Wandel: Wie kommt es zu Kontinuität und Veränderung?....</i>	67
2.2.5	<i>Methodische Implikationen .....</i>	72
2.2.6	<i>Zur Kritik an der Strukturationstheorie.....</i>	77
2.3	Praxistheorien im Kontext von Medien- und Kommunikationswissenschaften.....	83
2.3.1	<i>Kommunikationsprozess .....</i>	83
2.3.2	<i>Medien, Medienentwicklung und digitale Netzwerkmedien.....</i>	86
2.3.3	<i>Zwischenfazit: Wie Medien- und Kommunikationswissenschaften die Praxistheorien erweitern.....</i>	92
2.4	Zusammenfassung.....	93

<b>3</b>	<b>Bestimmung der Grundbegriffe und Entwicklung einer Forschungsstrategie.....</b>	<b>97</b>
3.1	Ein praxistheoretisches Verständnis von Journalismus.....	97
3.1.1	<i>Operationale Definitionen.....</i>	97
3.1.2	<i>Funktionale Definitionen .....</i>	99
3.1.3	<i>Re-Definition aus praxistheoretischer Perspektive.....</i>	100
3.2	Ein praxistheoretisches Verständnis von Organisation.....	104
3.2.1	<i>Organisation als Praxis.....</i>	105
3.2.2	<i>Der Zusammenhang von Organisation und Gesellschaft.....</i>	107
3.3	Zusammenfassung und Entwicklung einer Forschungsstrategie .....	110
<b>4</b>	<b>Herleitung einer Vergleichsfolie: Die Praxis des Journalismus und ihr Wandel .....</b>	<b>113</b>
4.1	Der industrielle Produktionsmodus des Journalismus.....	113
4.1.1	<i>Reproduktionsmechanismen des industriellen Produktionsmodus .....</i>	114
4.1.2	<i>Presseverlage als Organisationen .....</i>	117
4.1.2.1	<i>Soziale Praktiken in Redaktionen .....</i>	119
4.1.2.2	<i>Soziale Praktiken im Medienmanagement .....</i>	125
4.1.3	<i>Zwischenfazit: Eine Vergleichsfolie für die Analyse journalistischer Praxis.....</i>	128
4.2	Bedingungen und Voraussetzungen für den Wandel des Journalismus .....	129
4.2.1	<i>Exogene Voraussetzungen für Journalismuswandel.....</i>	131
4.2.1.1	<i>Mediennutzung.....</i>	131
4.2.1.2	<i>Erlösmodelle und Marktbedingungen .....</i>	133
4.2.1.3	<i>Politische, rechtliche und gesamtgesellschaftliche Diskurse und Regulierungen.....</i>	135
4.2.2	<i>Eine endogene Vertiefung des Journalismuswandels.....</i>	137
4.2.2.1	<i>Entroutinisierung von Traditionen .....</i>	137
4.2.2.2	<i>Wissens- und Strukturimport .....</i>	142
4.2.2.3	<i>Verschiebung von Machtmitteln .....</i>	144
4.2.3	<i>Zwischenfazit: Voraussetzungen und Bedingungen für Journalismuswandel .....</i>	147
4.3	Zusammenfassung und Perspektivenverengung .....	148

<b>5</b>	<b>Neugegründete Organisationen im Journalismus .....</b>	<b>151</b>
5.1	Signifikanz: Die herausgehobene Bedeutung neugegründeter Organisationen .....	151
5.2	Definitionsarbeit: Charakteristika neugegründeter Organisationen .....	156
5.2.1	<i>Rolle der Organisation im Kommunikationsprozess: Profession – Partizipation – Technik</i> .....	158
5.2.2	<i>Ausgangspunkt: Selbstständige und unselbstständige Gründungen</i> .....	162
5.2.3	<i>Finanzierungsformen: Zwischen Markt, Staat und drittem Sektor</i> .....	163
5.2.4	<i>Genutzte Medien: Pure Player und konvergente Hybridorganisationen</i> .....	165
5.2.5	<i>Charakter der journalistischen Kommunikation: Universalität und Fokussierung</i> .....	166
5.2.6	<i>Zwischenfazit: Bestimmung der fokalen Untersuchungsgegenstände</i> .....	168
5.3	Forschungsstand und Desiderata .....	169
5.3.1	<i>Zur Praxis des Gründens: Akteure und Kontextbedingungen in der Etablierung neuer Organisationen im Journalismus</i> .....	170
5.3.1.1	Auslöser und Beweggründe .....	171
5.3.1.2	Hintergründe .....	172
5.3.1.3	Vorwissen und Kompetenzen .....	174
5.3.1.4	Finanzielle Mittel .....	175
5.3.1.5	Rechtlich-regulative Vorgaben .....	178
5.3.1.6	Kulturelle Rahmenbedingungen .....	178
5.3.1.7	Zwischenfazit: Untersuchungsrelevante Dimensionen im Gründungsprozess .....	179
5.3.2	<i>Veränderte und neue soziale Praktiken in journalistischen Neugründungen</i> .....	180
5.3.2.1	Zur Veränderung der sozialen Praktiken des Journalistischen .....	180
5.3.2.2	Zur Veränderung der sozialen Praktiken des Medienmanagements .....	182
5.3.2.3	Zur Entstehung und Durchsetzung neuer sozialer Praktiken ...	185
5.3.2.4	Die Dauerhaftigkeit von Organisationsgründungen im Journalismus .....	187
5.3.3	<i>Die Konstitution eines veränderten Produktionsmodus des Journalismus</i> .....	188
5.4	Konkretisierung der Fragestellung .....	191

<b>6</b>	<b>Methodisches Vorgehen .....</b>	<b>195</b>
6.1	Methodologische Position.....	195
6.2	Umsetzung der Forschungsstrategie.....	197
6.2.1	<i>Entscheidung für ein qualitatives Forschungsvorgehen.....</i>	<i>197</i>
6.2.2	<i>Logik des Forschungsprozesses.....</i>	<i>198</i>
6.2.3	<i>Gegenstandsangemessenheit der Methoden .....</i>	<i>201</i>
6.3	Methodisch-praktisches Vorgehen.....	205
6.3.1	<i>Kartierung des organisationalen Feldes.....</i>	<i>206</i>
6.3.1.1	Empirische Vorarbeiten in der Bestimmung der Organisationen .....	206
6.3.1.2	Auswahl der zu untersuchenden Organisationen .....	209
6.3.2	<i>Erhebungsmethoden auf Ebene der Einzelorganisation.....</i>	<i>215</i>
6.3.2.1	Qualitative Dokumentenanalyse .....	216
6.3.2.2	Qualitative Experteninterviews.....	218
6.3.2.3	Begleitende Notizen .....	226
6.3.3	<i>Erhebungsmethode auf Ebene des organisationalen Feldes.....</i>	<i>227</i>
6.3.4	<i>Datenauswertung.....</i>	<i>229</i>
6.3.4.1	Aufbereitung des Gesamtmaterials und Entwicklung eines initialen Codiermodells.....	229
6.3.4.2	Codierung auf Ebene der Einzelorganisation.....	231
6.3.4.3	Codierung und Analyse auf Ebene des organisationalen Feldes .....	233
6.3.5	<i>Zwischenfazit: Der Prozess der Erkenntnisgewinnung im Überblick.....</i>	<i>235</i>
6.4	Selbstreflexion: Möglichkeiten und Grenzen der Erhebungsstrategie .....	236
6.4.1	<i>Methodenkontrolle: Anwendung der Gütekriterien qualitativer Forschung..</i>	<i>236</i>
6.4.1.1	Konstruktvalidität .....	237
6.4.1.2	Interne Validität.....	238
6.4.1.3	Externe Validität .....	238
6.4.1.4	Reliabilität.....	239
6.4.2	<i>Forschungsethische Erwägungen.....</i>	<i>240</i>
<b>7</b>	<b>Empirische Erkenntnisse .....</b>	<b>243</b>
7.1	Stichprobenbeschreibung.....	244
7.1.1	<i>Organisationsdemographie .....</i>	<i>244</i>
7.1.1.1	Alter.....	245
7.1.1.2	Mitarbeiterstruktur.....	245
7.1.1.3	Standorte .....	247

7.1.1.4	Kennzahlen .....	248
7.1.2	Finanzierungsformen .....	248
7.1.3	Journalistische Produkte .....	248
7.1.3.1	Genutzte Medien .....	249
7.1.3.2	Journalistische Basiseinheiten .....	252
7.1.3.3	Charakter der journalistischen Kommunikation .....	253
7.1.4	Zusammenfassung: Struktur der Stichprobe .....	255
7.2	Forschungskomplex 1: Die Praxis des Gründens im Journalismus .....	256
7.2.1	Auslöser und Ursachen: Warum im Journalismus gründen? .....	257
7.2.2	Ausgangspunkte: Woher kommen Gründer? .....	264
7.2.2.1	Berufliche bzw. professionelle Hintergründe der Gründerpopulation .....	265
7.2.2.2	Einflüsse der Gründerpopulation auf die Neugründungen .....	268
7.2.3	Soziale Praktiken des Gründens: Was tun Gründer? .....	269
7.2.3.1	Finanzieren .....	270
7.2.3.2	Verwalten .....	278
7.2.3.3	Motivieren .....	281
7.2.3.4	Vernetzen .....	284
7.2.3.5	Experimentieren .....	290
7.2.3.6	Zwischenfazit: Soziale Praktiken des Gründens und ihre Effekte .....	294
7.2.4	Zusammenfassung zu Forschungskomplex 1 .....	296
7.3	Forschungskomplex 2: Soziale Praktiken neugegründeter Organisationen .....	297
7.3.1	Soziale Praktiken im Journalistischen: Was konstituiert journalistische Produktion in Neugründungen? .....	298
7.3.1.1	Projektmanagement .....	299
7.3.1.2	Interaktion .....	302
7.3.1.3	Diskursivieren .....	307
7.3.1.4	Zwischenfazit: Vergleich mit dem industriellen Produktionsmodus .....	310
7.3.2	Soziale Praktiken im Medienmanagement: Was bedeutet ‚Medien managen‘ in Neugründungen? .....	312
7.3.2.1	Refinanzieren .....	313
7.3.2.2	Marketing .....	320
7.3.2.3	Pooling .....	323
7.3.2.4	Zwischenfazit: Vergleich mit dem industriellen Produktionsmodus .....	324
7.3.3	Zusammenfassung zu Forschungskomplex 2 .....	326

7.4	Forschungskomplex 3: Was <i>wird</i> Journalismus?.....	329
7.4.1	<i>Charakteristika eines vernetzten Produktionsmodus des Journalismus</i> .....	330
7.4.1.1	Die Organisationsform ‚Journalistische Neugründung‘.....	330
7.4.1.2	Die Konstitution von Wertschöpfungsnetzwerken.....	335
7.4.1.3	Zwischenfazit: Der vernetzte Produktionsmodus des Journalismus .....	340
7.4.2	<i>Effekte eines vernetzten Produktionsmodus auf die Neuordnung des Journalismus</i> .....	341
7.4.2.1	Zu seiner publizistischen Leistungsfähigkeit .....	342
7.4.2.2	Zur Funktion des Journalismus .....	344
7.4.2.3	Veränderung der journalistischen Arbeit .....	346
7.4.2.4	Zwischenfazit: Funktionale und dysfunktionale Effekte.....	349
7.4.3	<i>Zusammenfassung zu Forschungskomplex 3</i> .....	350
<b>8</b>	<b>Fazit: Wie weiter mit Journalismus und Journalismusforschung? .....</b>	<b>353</b>
8.1	Zusammenfassung der zentralen empirischen Befunde.....	354
8.1.1	<i>Befund 1: Neugründungen brechen nicht radikal mit der kognitiven und normativen Ordnung des Journalismus</i> .....	354
8.1.2	<i>Befund 2: Gründer(-teams) im deutschen Journalismus sind homogen</i> .....	356
8.1.3	<i>Befund 3: Tätigkeiten im Gründungsprozess einer Organisation nehmen maßgeblichen Einfluss auf die Produktion des Journalismus</i> .....	357
8.1.4	<i>Befund 4: Neugründungen schöpfen eine vernetzte Zusammenarbeit im Journalismus</i> .....	358
8.1.5	<i>Befund 5: Im Journalismus entsteht eine neue Organisationsform, die sich von Presseverlagen unterscheidet</i> .....	359
8.1.6	<i>Befund 6: Wertschöpfungsnetzwerke haben das Potenzial, zukünftig eine wichtige Rolle in der Konstitution öffentlicher Kommunikation einzunehmen</i> .....	360
8.2	Zusammenfassung der zentralen theoretischen Beiträge .....	361
8.2.1	<i>Beitrag 1: Praxistheoretische Konzeptualisierung von Journalismus</i> .....	361
8.2.2	<i>Beitrag 2: Entgrenzung des Forschungsgegenstandes Journalismus</i> .....	363
8.2.3	<i>Beitrag 3: Modellierungslogik für journalistische Praktiken</i> .....	365
8.2.4	<i>Beitrag 4: Integration von Journalismus- und Medienmanagementforschung</i> .....	367
8.3	Implikationen für die Familie der Praxistheorien.....	368
8.4	Praktischer Beitrag der Studie für <i>policy making</i> .....	371
8.5	Coda.....	374
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>377</b>

Die Neuordnung des Journalismus

Eine Studie zur Gründung neuer Medienorganisationen

Buschow, C.

2018, XXI, 425 S. 32 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-18871-9