

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Weitläufig, unspezifisch, diffizil: Der Medienjournalismus, seine Terminologie(n) und Wirkungsfelder	7
2.1	Zwischen „Journalismusjournalismus“ und „Medienkritik“: Begriffsannäherung und definitorische Einordnung	7
2.2	Skizze medienjournalistischer Strukturen im deutschen Mediensystem	14
2.3	Verortung des Medienjournalismus im Hinblick auf die Programmgrundsätze des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	17
3	Innovationen im (Medien-)Journalismus	21
3.1	Bestandsaufnahme zu Innovationsstrukturen im Journalismus	21
3.1.1	Am Anfang war die Erneuerung: Innovation(en) – ein vorläufiges Begriffsraster	23
3.1.2	Innovationstypologien in Anwendung auf den Journalismus	25
3.1.3	Innovationen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk	29
3.2	Innovationsgeleitete Hinführung auf den Medienjournalismus	32
4	Methode und Auswertung: Eine qualitative Befragung von ausgewählten Redaktionsverantwortlichen	37
4.1	Forschungsfragen	37
4.2	Untersuchungsdesign – Sample – Methodik	40
4.3	Kategorienbildung	47

4.4	Vorstellung der einzelnen medienjournalistischen Angebote von ARD und Deutschlandradio	49
4.5	Medienjournalismus als „ <i>permanente Innenrevision</i> “ mit Transparenzanspruch: Selbstverständnis und Zielsetzungen der befragten Medienjournalist:innen	57
4.6	Innovationen im öffentlich-rechtlichen Medienjournalismus	60
4.6.1	Medienjournalistischer Content kanalübergreifend (neu) gedacht: Produktspezifische Innovationen	60
4.6.2	Innerredaktionelle Prozesse, Strukturen und Abläufe im Querschnitt: Organisationale Innovationen	74
4.7	Innovationspotenziale im öffentlich-rechtlichen Medienjournalismus	87
5	Interpretation und Diskussion	93
6	Resümee, Limitationen und Ausblick	97
	Literaturverzeichnis	103