

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung: Den Möglichkeitsraum einer neuen Ordnung des Journalismus entfalten	23
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
2 Entwicklung eines theoretischen Bezugsrahmens	39
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

3 Bestimmung der Grundbegriffe und Entwicklung einer Forschungsstrategie	97
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
4 Herleitung einer Vergleichsfolie: Die Praxis des Journalismus und ihr Wandel	113
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 Soziale Praktiken in Redaktionen	119
4.1.2.2 Soziale Praktiken im Medienmanagement	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 Mediennutzung	131
4.2.1.2 Erlösmodelle und Marktbedingungen	133
4.2.1.3 Politische, rechtliche und gesamtgesellschaftliche Diskurse und Regulierungen	135
4.2.2 <i>Eine endogene Vertiefung des Journalismuswandels</i>	137
4.2.2.1 Entroutinisierung von Traditionen	137
4.2.2.2 Wissens- und Strukturimport	142
4.2.2.3 Verschiebung von Machtmitteln	144
4.2.3 <i>Zwischenfazit: Voraussetzungen und Bedingungen für Journalismuswandel</i>	147
4.3 Zusammenfassung und Perspektivenverengung	148

5 Neugegründete Organisationen im Journalismus	151
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

6	Methodisches Vorgehen	195
6.1	Methodologische Position.....	195
6.2	Umsetzung der Forschungsstrategie.....	197
6.2.1	<i>Entscheidung für ein qualitatives Forschungsvorgeben.....</i>	197
6.2.2	<i>Logik des Forschungsprozesses.....</i>	198
6.2.3	<i>Gegenstandsangemessenheit der Methoden</i>	201
6.3	Methodisch-praktisches Vorgehen.....	205
6.3.1	<i>Kartierung des organisationalen Feldes</i>	206
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>	215
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>	227
6.3.4	<i>Datenauswertung.....</i>	229
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>	235
6.4	Selbstreflexion: Möglichkeiten und Grenzen der Erhebungsstrategie	236
6.4.1	<i>Methodenkontrolle: Anwendung der Gütekriterien qualitativer Forschung.....</i>	236
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>	240
7	Empirische Erkenntnisse	243
7.1	Stichprobenbeschreibung	244
7.1.1	<i>Organisationsdemographie</i>	244
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	<i>Finanzierungsformen</i>	248
7.1.3	<i>Journalistische Produkte</i>	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	<i>Zusammenfassung: Struktur der Stichprobe</i>	255
7.2	Forschungskomplex 1: Die Praxis des Gründens im Journalismus.....	256
7.2.1	<i>Auslöser und Ursachen: Warum im Journalismus gründen?</i>	257
7.2.2	<i>Ausgangspunkte: Woher kommen Gründer?</i>	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	<i>Soziale Praktiken des Gründens: Was tun Gründer?</i>	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	<i>Zusammenfassung zu Forschungskomplex 1</i>	296
7.3	Forschungskomplex 2: Soziale Praktiken neugegründeter Organisationen	297
7.3.1	<i>Soziale Praktiken im Journalistischen: Was konstituiert journalistische Produktion in Neugründungen?</i>	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	<i>Soziale Praktiken im Medienmanagement: Was bedeutet ‚Medien managen‘ in Neugründungen?</i>	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	<i>Zusammenfassung zu Forschungskomplex 2</i>	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
8	Fazit: Wie weiter mit Journalismus und Journalismusforschung?	353
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
	Literaturverzeichnis	377