



Journalistik

Grundlagen eines organisationalen
Handlungsfeldes

von

Prof. Dr. Klaus-Dieter Altmeyen
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Prof. Dr. Klaus Arnold
Universität Trier

Oldenbourg Verlag München

Prof. Dr. Klaus-Dieter Altmeppen lehrt Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Verantwortungskommunikation, Journalismusforschung, Medienmanagement, Medienorganisation und -ökonomie, Unterhaltungsbeschaffung und -produktion.

Prof. Dr. Klaus Arnold lehrt Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Trier. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Empirische Journalismusforschung, Kommunikations- und Journalismustheorie, Medien- und Kommunikationsgeschichte, Publikumsforschung, Qualität und Ethik im Journalismus.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

© 2013 Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH
Rosenheimer Straße 145, D-81671 München
Telefon: (089) 45051-0
www.oldenbourg-verlag.de

Das Werk einschließlich aller Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Lektorat: Christiane Engel-Haas, M.A.
Herstellung: Constanze Müller
Titelbild: thinkstockphotos.de
Einbandgestaltung: hauser lacour
Gesamtherstellung: Grafik & Druck GmbH, München

Dieses Papier ist alterungsbeständig nach DIN/ISO 9706.

ISBN 978-3-486-59646-5
eISBN 978-3-486-71943-7

Inhalt

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis	IX
1 Journalismus und Journalistik: Zum Gebrauch dieses Bandes	1
2 Journalismus als organisationales Handlungsfeld	5
2.1 Von Mr. Gates zur journalistischen Organisation	5
2.2 Journalismus als organisationales Handlungsfeld	9
2.2.1 Organisationale Settings im Journalismus.....	13
2.2.2 Soziale Praktiken und Produktionskulturen	17
2.2.3 Governanceformen	18
2.2.4 Soziale Einbettung.....	18
3 Journalismus und öffentliche Kommunikation	21
3.1 Felder öffentlicher Kommunikation	21
3.2 Gegenstand öffentliche Kommunikation: Merkmale	23
3.3 Das Feld PR in der öffentlichen Kommunikation	25
3.4 Das Feld Unterhaltung in der öffentlichen Kommunikation	28
3.5 Das Feld Werbung in der öffentlichen Kommunikation	32
4 Journalismus und Medien	37
4.1 Wurzeln der begrifflichen Unschärfe zwischen Journalismus und Medien	38
4.2 Journalismus und Medien auf den drei Ebenen sozialer Analyse.....	39
4.2.1 Journalismus- und/oder Medientheorien auf der Makroebene	39
4.2.2 Journalismus- und/oder Medientheorien auf der Mikroebene	41
4.2.3 Die Mesoebene: Journalismus und Medien als Organisationen	41
4.3 Journalismus und Medien: Ko-Orientierung	45
5 Journalismus und technische Innovationen	47
5.1 Verbreitungs- und Produktionstechnologien	47
5.2 Von der Druckerpresse bis zum Rundfunk – Technik und die Entfaltung von Journalismus.....	52

5.3	Beschleunigung des technischen Wandels – Digitalisierung, Internet und Medienkonvergenz.....	55
5.3.1	Elektronik und Computer in den Redaktionen	55
5.3.2	Digitalisierung und Internet	57
5.4	Statt eines Fazits: Ein Blick in die Zukunft.....	60
6	Journalismus und Publikum	63
6.1	Publikumsforschung – Methoden und Untersuchungen.....	64
6.1.1	Reichweitenforschung	65
6.1.2	Redaktionelle Forschung.....	68
6.1.3	Akademische Forschung	69
6.2	Funktionen, Images und Nutzung der Medien	70
6.2.1	Funktionen und Images	71
6.2.2	Reichweiten und Nutzungsdauer.....	72
6.2.3	Niedergang der Zeitung und Aufstieg des Internets.....	74
6.2.4	Nutzung des Social Web	75
6.3	Journalisten und ihr Verhältnis zum Publikum	76
7	Journalismus und Organisation	81
7.1	Die Journalisten – Berufsbild, Merkmale, Selbstverständnis und Moral	82
7.1.1	Berufsbild und soziodemografische Merkmale.....	82
7.1.2	Berufliches Selbstverständnis	84
7.2	Die Redaktion als zentrale Organisation im Journalismus.....	88
7.2.1	Redaktionsforschung.....	88
7.2.2	Aufbau- und Ablauforganisation in Redaktionen.....	92
7.2.3	Neuorganisation von Redaktionen	96
7.2.4	Redaktionsmanagement	98
7.3	Redaktionelle Mitbestimmung und Berufsorganisationen	102
8	Journalismus und Berichterstattung	107
8.1	Berichterstattungsmuster im Journalismus.....	108
8.2	Berichterstattung und Darstellungsformen.....	110
8.3	Berichterstattung und Selektion	113
9	Ethik und Qualität im Journalismus	121
9.1	Rechtlicher Rahmen	122
9.2	Ethik und Qualität – Gemeinsamkeiten und Unterschiede.....	123
9.3	Ethik im Journalismus.....	124
9.3.1	Journalismusethik in wissenschaftlicher Perspektive.....	124
9.3.2	Journalismusethik in der Praxis.....	126

9.4	Qualität im Journalismus.....	127
9.4.1	Qualitätsperspektiven.....	128
9.4.2	Empirische Qualitätsforschung.....	130
9.5	Durchsetzung ethischer Standards und Qualitätssicherung.....	131
10	Journalismus und Politik	135
10.1	Kommunikations- und Medienpolitik, politische Kommunikation: eine Begriffsbestimmung.....	136
10.2	Modelle und Metaphern der politischen Kommunikation.....	141
11	Journalismus und Macht	149
11.1	Zum Begriff der Macht.....	150
11.2	Journalismus und Macht: Analysedimensionen.....	151
11.2.1	Journalismus und Macht: Für wen?.....	151
11.2.2	Journalismus und Macht: Über wen oder was?.....	154
11.2.3	Macht wodurch? Machtquellen, Machtmittel und Machtausübung im Journalismus.....	154
11.2.4	Machtfigurationen im Journalismus.....	155
11.2.5	Meinungsmacht.....	159
12	Journalismus und Kultur	163
12.1	Journalismuskulturen.....	164
12.1.1	Kulturanthropologische Perspektive.....	165
12.1.2	Kontextuelle Perspektive.....	165
12.1.3	Empirische Perspektive.....	167
12.2	Journalismus und Populärkultur.....	171
12.3	Journalismus und kulturelles Gedächtnis.....	173
	Bildnachweis	179
	Literaturverzeichnis	181
	Webseitenverzeichnis	207
	Stichwortverzeichnis	209

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabellen

Tabelle 1:	Idealtypische Funktionen von Journalismus und PR.....	26
Tabelle 2:	Merkmale des Unterhaltungsjournalismus.....	31
Tabelle 3:	Merkmale der Unterhaltungsproduktion	31
Tabelle 4:	Idealtypische Abgrenzung von PR und Werbung	34
Tabelle 5:	Einige systemtheoretische Vorschläge der Verortung von Journalismus/Medien	40
Tabelle 6:	Ebenen der gesellschaftlichen Strukturierung: Unterscheidungsmerkmale.....	45
Tabelle 7:	Drei Phasen der Wirkungsforschung.....	70
Tabelle 8:	Nutzungsmotivation tagesaktuelle Medien 2010	72
Tabelle 9:	Rollenselbstverständnis 1993 und 2005	86
Tabelle 10:	Dauer journalistischer Tätigkeiten 2005	95
Tabelle 11:	Die Merkmale der Darstellungsformen im Überblick.....	111
Tabelle 12:	Nachrichtenfaktoren nach Galtung und Ruge	116
Tabelle 13:	Nachrichtenfaktoren nach Schulz.....	117
Tabelle 14:	Dimensionen von Politik.....	137
Tabelle 15:	Journalismus und Dimensionen der Macht	156

Abbildungen

Abbildung 1: Ebenen gesellschaftlicher Strukturierung	7
Abbildung 2: Elemente organisationaler Handlungsfelder des Journalismus	12
Abbildung 3: Felder der öffentlichen Kommunikation	22
Abbildung 4: Gegenstand öffentliche Kommunikation: Forschungsfelder und Forschungsprozess	24
Abbildung 5: Das Intereffikationsmodell.....	27
Abbildung 6: Zeitleiste Massenmedien.....	48
Abbildung 7: Linotype und Hochdruck-Rotationsdruckmaschine.....	51
Abbildung 8: Sprecher vor Mikrofon bei der Werag in Köln.....	53
Abbildung 9: Die Olympia-Redaktion des NDR.....	54
Abbildung 10: Der Redaktionsraum von ARD-Aktuell.....	58
Abbildung 11: Reichweite der Medien 1970–2010	73
Abbildung 12: Nutzungsdauer der Medien 1970–2010	74
Abbildung 13: Grundmodelle der Abteilungsbildung.....	94
Abbildung 14: Newsroom beim Trierischen Volksfreund	97
Abbildung 15: Aufgaben des Redaktionsmanagements.....	100
Abbildung 16: Die drei Stufen journalistischer Wahrnehmungsroutine	114
Abbildung 17: Modell des Agenda-Settingprozesses	143
Abbildung 18: Beziehungsspiele zwischen Journalisten, Politikern, Öffentlichkeitsarbeitern	145
Abbildung 19: Journalismus und Macht: Für wen?	153
Abbildung 20: Gedenktagsjournalismus beim Spiegel.....	175

1 Journalismus und Journalistik: Zum Gebrauch dieses Bandes

Journalismus zu definieren ist ein schwieriges Unterfangen. Alltagssprachlich hat nahezu jeder eine Vorstellung davon, was Journalismus ist und was Journalisten tun, denn fast jeder Bürger nutzt täglich die Informationsangebote des Journalismus. Dementsprechend formulieren Journalistengewerkschaften das Berufsbild des Journalismus in beschreibender Form: „Journalistinnen und Journalisten haben die Aufgabe, Sachverhalte oder Vorgänge öffentlich zu machen, deren Kenntnis für die Gesellschaft von allgemeiner, politischer, wirtschaftlicher oder kultureller Bedeutung ist. Durch ein umfassendes Informationsangebot in allen publizistischen Medien schaffen Journalistinnen und Journalisten die Grundlage dafür, dass jede/r die in der Gesellschaft wirkenden Kräfte erkennen und am Prozess der politischen Meinungs- und Willensbildung teilnehmen kann“ (DJV 2009a: 2; ähnlich dju 2009).

Wie aber entscheiden Journalisten darüber, was Sachverhalte von allgemeiner Bedeutung sind? Gilt das für lokale Themen genauso wie für nationale Politik? Wie wird Journalismus zur PR (Public Relations) abgegrenzt, die ja auch öffentlich kommuniziert? Welches Verhältnis hat Journalismus zur Politik? Welche Rolle spielt das Publikum? Und wie lässt sich Unterhaltung in die Definition des Journalismus einbauen?

Mit diesen und vielen weiteren Fragen rund um den Journalismus beschäftigt sich die Journalistik, die als die Wissenschaft vom Journalismus bezeichnet werden kann. Sie erforscht die Grundlagen und Bedingungen des Journalismus, beschäftigt sich wissenschaftlich mit den Ursachen und Folgen des Wandels des Journalismus und stellt mit dieser Forschung basale Kenntnisse für die journalistische Ausbildung zur Verfügung (vgl. Weischenberg 1992: 22–36).

Viele der Ergebnisse empirischer Studien zum Journalismus und viele der Erkenntnisse, die daraus für den Journalistenberuf gezogen werden können, zeigen, dass der Journalismus ein höchst komplexes, weitverzweigtes und gleichzeitig wenig professionalisiertes Feld ist. Als Profession sollte er eine allgemein konsentrierte Ausbildung besitzen. Das ist nicht der Fall, denn es gibt viele Ausbildungswege, die in den Journalismus führen. Anders als in den USA (vgl. Harnischmacher 2011) leiten Studium, Journalistenschulen und Volontariate in den Beruf. Als Profession sollte der Journalismus über feste Berufszugangsregeln verfügen. Auch das ist nicht der Fall, denn wie im Falle der Ausbildung und anders als bei den häufig als Vergleich herangezogenen Berufen wie Architekt oder Arzt, gibt es keine festen Zugangsregeln.

Doch nicht nur die Berufsrealität zeigt sich sperrig gegenüber einheitlichen Definition. Auch in der Wissenschaft vom Journalismus, der Journalistik, existieren viele Definitionen, oder genauer, theoretische Modellierungen des Journalismus, die alle beanspruchen, den Journalismus zu beschreiben und zu erklären. Dies ist Ausdruck einer belebenden Konkurrenz bei der Aufgabe, ein schwieriges Feld nicht nur zu beschreiben, sondern darüber hinaus erklärende und bewertende Analysen zur Verfügung zu stellen. Nur auf diese Weise können die Leistungen (und Fehlleistungen) des Journalismus nicht nur als einzelne Beispiele diskutiert werden, sondern sie können als generelle Tendenzen erklärt und in ihren Folgen für die Gesellschaft bewertet werden.

In Lehrbücher passt die große Menge an konkurrierenden Modellen und Theorien sowie empirischen Daten zum Journalismus schon lange nicht mehr. Auch verfügt der Lehr- und Forschungsbereich Journalistik bereits über eine größere Zahl an Lehrbüchern und Einführungen. Die erste und bislang umfangreichste hat Siegfried Weischenberg vorgelegt. Schon bei ihm reichte ein Buch nicht aus, so dass zwei gewichtige Bände daraus geworden sind (vgl. Weischenberg 1992; 1995). Eine kompaktere, online-unterstützte Einführung hat Klaus Meier (2007b; vgl. www.klaus-meier.net) vorgelegt. Daneben gibt es unzählige Hand- und Lehrbücher zur Praxis des Journalismus (vgl. z.B. Ruß-Mohl 2010) sowie einen Reader mit Grundlagentexten zur Journalistik, der aus verschiedenen Veröffentlichungen zusammengestellt wurde (vgl. Neverla/Grittmann/Pater 2002). Zudem erscheinen jährlich Publikationen, die sich immer neuen „Journalismus und ...“-Bereichen zuwenden oder die immer neue Formen des Journalismus erfinden oder entdecken (z.B. „Mediativer Journalismus“; Wetzstein 2011). Auch den „Journalismus 2.0“ gibt es schon (vgl. Simons 2011) und „Journalismus 3.0“ ist gewiss schon irgendwo als Idee oder als konkretes Publikationsvorhaben vorhanden.

Warum also noch ein weiteres Lehrbuch zum Journalismus? Was zeichnet das vorliegende Lehrbuch aus? Lehrbücher fassen das vorhandene Wissen zu einem Fach kompilatorisch zusammen, üblicherweise ohne eine eigene Theorie. Eine Ausnahme ist die Einführung von Weischenberg, die programmatisch im Untertitel als Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation ausgewiesen ist und deren Systematik sich auf das so genannte Zwiebelmodell stützt (vgl. Weischenberg 1992; 1995). Weischenberg analysiert die Journalistik entlang der vier Schichten einer Zwiebel, die von innen nach außen die Mediaussagen, die Medienakteure, die Medieninstitutionen und die Mediensysteme enthalten. Auch bei dem vorliegenden Lehrbuch wird ein theoriegestützter Weg eingeschlagen.

Unser Weg nimmt seinen Ausgangspunkt bei den journalistischen Organisationen, da wir davon ausgehen, dass Journalismus in der Regel organisiert erfolgt. Dies schließt die individuellen Dispositionen der Journalisten (z.B. Selbstverständnis oder berufliche Ethik) nicht aus. Das Handeln der journalistischen Akteure wird aber in einen strukturellen Rahmen gestellt. Und genau darum geht es uns, um die Strukturen und ihre Auswirkungen auf die Entstehung journalistischer Aussagen.

Die Konzeption des Journalismus als organisationales Handlungsfeld ist unsere Grundlage, die die einzelnen Kapitel dieses Bandes wie ein roter Faden durchzieht. Der Band ist somit eher eine Einführung in journalistik- und kommunikationswissenschaftliches Denken als in den Journalismus. Die Analysen und Reflexionen sollen dazu beitragen zu verstehen, wie

Journalismus funktioniert, wie er organisiert ist, welche Leistungen vom Journalismus erwartet werden können und welche Faktoren Journalismus beeinflussen. Dies impliziert, dass es hier um eine Sichtweise auf Journalistik und Journalismus unter mehreren möglichen geht. Denn andere Autoren können mit gleichem Anspruch eine andere theoretische Perspektive anlegen, etwa eine systemische (vgl. Rühl 2011) oder eine handlungsorientierte (vgl. Bucher 2000).

Eine weitere Besonderheit dieses Lehrbuches ist die spezifische Auswahl der Themen. Auch Wissenschaft muss, wie der Journalismus, Selektionsentscheidungen treffen über die Themen, die jeweils öffentlich gemacht werden. Selektion ist allein schon aufgrund der Fülle an Themen nötig. Bei der Themenauswahl folgen Wissenschaftler dann bestimmten Neigungen, Interessen, Relevanzzuschreibungen oder auch strategischen Gesichtspunkten. Auch wir mussten wegen der begrenzten Seitenzahl bestimmte Themen auswählen. Einige Themenbereiche ergaben sich dabei zwangsläufig aus der theoretischen Ausrichtung. So muss der organisationale Journalismus definiert und die theoretische Perspektive dieses Bands erklärt werden. Das geschieht vor allem in Kapitel 2 (Journalismus als organisationales Handlungsfeld). In Kapitel 7 (Journalismus und Organisation) werden dann die organisationalen Aspekte in theoretischer und empirischer Hinsicht weiter vertieft.

Journalismus bewegt sich im Feld der öffentlichen Kommunikation, er ist dort jedoch nicht die einzige Kommunikationsform, denn daneben produzieren auch die PR, die Unterhaltung und die Werbung Kommunikationsangebote. Diese drei Formen weisen vielfältige Bezüge zum Journalismus auf, sie sind aber eindeutig vom Journalismus abgrenzbar. Welche Argumente die Abgrenzung stützen, wird in Kapitel 3 (Journalismus und öffentliche Kommunikation) erörtert.

Medien sind diejenigen Organisationen oder, wenn es um die privatwirtschaftlichen Medien geht, diejenigen Unternehmen, die die verschiedenen Kommunikationsangebote distribuieren, auch die des Journalismus. Kapitel 4 (Journalismus und Medien) beschäftigt sich daher mit dem Verhältnis von Medien(-organisationen) und journalistischen Organisationen. Die Entwicklung des Journalismus wird in starkem Maße von technischen Innovationen vorangetrieben, das waren in den Frühzeiten die Erfindung der Telegrafie, das waren neue Medien wie der Hörfunk und das Fernsehen und das ist aktuell vor allem das Internet. Die Hintergründe und Folgen des Zusammenhangs von technischen Innovationen und Journalismus beleuchtet Kapitel 5 (Journalismus und technische Innovationen).

Der Kommunikationsprozess, der mit der Information beginnt und sich über die Mitteilung der Inhalte fortsetzt, ist erst abgeschlossen, wenn das Publikum die Inhalte rezipiert. Rezeption wird auf einfache Weise quantitativ gemessen durch Quoten und Auflagen, aber das Publikum zeigt weit mehr Resonanz auf die Inhalte. Welche das sind, wie Publikumsreaktionen gemessen werden und wie Journalisten ihr Publikum einschätzen, darüber informiert Kapitel 6 (Journalismus und Publikum).

Die Medieninhalte sind natürlich ein Dreh- und Angelpunkt der Journalismusforschung, denn sie sind es, die rezipiert werden, sie lösen Folgen aus beispielsweise in der Wahlkampfkommunikation. In Kapitel 8 (Journalismus und Berichterstattung) werden die Regeln,

die Berichterstattungsmuster und die Darstellungsformen des Journalismus in ihrer Entwicklung und in ihren heutigen Grundzügen dargestellt.

Wenn es um journalistische Berichterstattung geht, stellt sich häufig die Frage nach der Qualität und damit im Zusammenhang nach der Ethik im Journalismus. Beides sind schwierige Begriffe, denn weder Qualität noch Ethik lassen sich einfach und klar definieren. Welche Ansätze dazu in der Journalismusforschung entwickelt wurden, erläutert Kapitel 9 (Ethik und Qualität im Journalismus).

Von hervorgehobener Bedeutung ist im Journalismus die politische Berichterstattung. Sie ist nicht nur von besonderer gesellschaftlicher Relevanz, sie produziert auch immer wieder heikle, umstrittene und manchmal skandalöse Fälle. Das Verhältnis von Journalismus und Politik, Grundlagen und ausgewählte Theorien, stehen im Mittelpunkt von Kapitel 10 (Journalismus und Politik).

Mit der Politik hängt auch das Kapitel 11 über Journalismus und Macht zusammen, denn die öffentliche Meinung und die Macht, darüber zu bestimmen, betrifft vor allem das politische Geschehen. Doch Macht hat viele Facetten, auch im Journalismus, die in diesem Kapitel analysiert werden.

Kapitel 12 (Journalismus und Kultur) wendet sich schließlich einem Thema zu, das in der Journalismusforschung bisher eher am Rande betrachtet wird. Dabei geht es weniger um den Kulturjournalismus, sondern darum, dass Journalismus selbst als eine Kulturleistung angesehen wird. Und die Handlungsfelder, in denen Journalismus hergestellt wird, zeichnen sich nicht nur durch strukturelle, sondern auch durch kulturelle Muster aus, die als Produktionskulturen verstanden werden können.

Mit diesen Kapiteln behandeln wir die Themen, die aus unserer Sicht für das Verständnis von Journalismus wichtig sind, wobei wir uns der Selektivität bewusst sind. Selektion bedeutet natürlich immer auch, dass bestimmte Themen nicht publiziert werden. Was also fehlt in diesem Band? Neben beispielsweise einer ausführlichen Betrachtung der rechtlichen Grundlagen des Journalismus haben wir auf eine genauere Analyse des Journalismus im Internet verzichtet. Auch ökonomische Fragen wie etwa die aktuelle Krise des Journalismus, die als Finanzkrise identifiziert werden kann, werden nur am Rande behandelt. Zu diesen wie vielen weiteren Themen, die der Beschränkung der Seiten zum Opfer gefallen sind, finden sich ausreichend Informationen an anderer Stelle.

Jeder Autor freut sich, wenn Leser von der ersten bis zur letzten Seite lesen. Das ist in unserem Fall nicht anders. Der Leser kann aber auch anders entscheiden. Er kann sich einzelnen Kapiteln zuwenden, die wir soweit wie möglich in sich abgeschlossen haben. Soweit wie möglich heißt, dass die Komplexität des Themas immer wieder Bezüge zu anderen Kapiteln erfordert. Wo nötig oder möglich, weisen wir in den einzelnen Kapiteln auf Bezüge hin.

2 Journalismus als organisationales Handlungsfeld

Journalismus wird auf vielfältige Arten beschrieben. Dies ist einerseits Ausdruck der Vieltätigkeit des Journalismus selbst, wie die unterschiedlichen Bezeichnungen Lokaljournalismus, investigativer Journalismus, Online-Journalismus usw. belegen. Dieser Prozess der Herausbildung von Formen des Journalismus wird mit einem systemtheoretischen Begriff als Ausdifferenzierung bezeichnet (vgl. Luhmann 1987: 54). Damit ist gemeint, dass der Journalismus im Verlaufe seiner Historie unter Druck geraten ist, weil seine Leistungsfähigkeit nicht mit den Anforderungen an die Berichterstattung mithalten konnte. Daher haben sich stetig neue Berufsfelder gebildet, schon früh das Feuilleton und die Wirtschaftsberichterstattung, dann der Sport- und der Lokaljournalismus (vgl. Weischenberg 1995), in den letzten Jahrzehnten hat der Boulevardjournalismus, eigentlich auch schon sehr früh entstanden, einen Aufschwung erlebt und nicht zuletzt ist der Online-Journalismus mit der Verbreitung des Internets entstanden (vgl. Neuberger/Quandt 2010).

Andererseits ist die Vielfalt ein Ausdruck der unterschiedlichen wissenschaftlichen Herangehensweisen und insbesondere der theoretischen Klassifizierung des Journalismus. Aus der frühen Analyse der Journalisten als Individuen hat sich im Verlauf der Jahre eine intensive und breit gefächerte Forschung entwickelt, die den Journalismus mit unterschiedlichen theoretischen Herangehensweisen untersucht (vgl. Löffelholz 2004). Die in diesem Band gewählte Perspektive ist eine organisationstheoretische. In diesem Kapitel werden die Grundbegriffe und Zusammenhänge der organisationalen Perspektive erläutert. Das umfasst die Einordnung in die gesellschaftlichen Ebenen von Mikro, Meso und Makro, die Definition der Begriffe Handeln und Struktur sowie die Erläuterung des Begriffes des organisationalen Handlungsfeldes und seiner Komponenten (vgl. Altmeyen 2006b).

2.1 Von Mr. Gates zur journalistischen Organisation

Mr. Gates ist eine der Metaphern aus der Frühzeit der Journalismusforschung. Den Untersuchungen von White (1950) und Gieber (1956, vgl. zusammenfassend Joch-Robinson 1973) liegen die Beobachtungen des individuellen Handelns von Journalisten zugrunde, so dass ein Fazit dieser Studien darin lag, dass Journalisten individuell handeln können, es ihnen also selbst überlassen bleibt, Nachrichten auszuwählen und zu bearbeiten. Doch relativ bald wurde klar, was schon Max Weber 1910 in seinem Vorschlag zu einer Presse-Enquete analysiert hatte, dass nämlich der „Rückgriff auf Methoden empirischer Sozialforschung und hier ins-

besondere die internationale Komparatistik sowie die Fokussierung auf Interrelationen zwischen Individuum und Gesellschaft“ sowie „die Forderung nach theoretischem und methodischem Pluralismus“ (Weischenberg 2012: 86) notwendig seien, um bewerten zu können, unter welchen Bedingungen Medianaussagen entstehen. Insbesondere die Analyse der Interrelationen hat die Journalismusforschung nach der Entdeckung von Mr. Gates vorangetrieben. So wurde deutlich, dass zwar das individuelle Handeln der Journalisten ein wichtiger Bezugspunkt ist, dass Journalisten aber zugleich in vielfältigen Bezügen stecken, die das Ergebnis der Arbeit und damit die Medianaussagen prägen. Ein zentraler Teil dieser Bezüge sind Strukturen. Sie sind in der einfachsten Definition die Beziehungen zwischen den Elementen eines Feldes.

Als ein solches Feld kann beispielsweise eine Redaktion angesehen werden, in der die Journalistinnen und Journalisten die Akteure sind, die in diesem Feld ihrer Arbeit nachgehen. Diese Arbeit wird bestimmt von Regeln. So gibt es Regeln über den alltäglichen Umgang miteinander, über die Arbeitszeit und ganz besonders Regeln, die die eigentliche journalistische Tätigkeit betreffen, wie etwa die Selektionskriterien für Nachrichten oder bestimmte Recherchetechniken. Diese zentralen Einflussfaktoren auf die journalistische Arbeit resultieren daraus, dass Journalismus in den meisten Fällen organisiert abläuft. Organisation ist eine der wirkmächtigsten Strukturen, dementsprechend ist auch der Journalismus in seiner organisationalen Verfasstheit Gegenstand der Journalismusforschung.

Die organisationale Verfasstheit des Journalismus ist der Ausgangspunkt der Analysen in diesem Band. Der Grund liegt zum einen in der Bedeutung von Organisation als gewichtigem Strukturmoment zur Erklärung dazu, wie Journalismus funktioniert. Der zweite Grund liegt darin, dass Beschreibungen der sozialen Ordnung von Gesellschaft zwischen drei Ebenen sozialer Analyse unterscheiden: der Mikroebene, der Mesoebene und der Makroebene (siehe Abb. 1). Organisation wird auf der Mesoebene verortet, von dort aus können Bezüge sowohl zur Makro- wie zur Mikroebene hergestellt werden (vgl. die Beiträge in Quandt/Scheufele 2011).

Die Mikroebene bezeichnet die Ebene des menschlichen und beruflichen Miteinanders. Auf dieser Ebene stehen die einzelnen Akteure und ihr soziales Handeln im Mittelpunkt. Die Journalismusforschung befasst sich auf dieser Ebene z.B. mit der Ausbildung der einzelnen Journalisten, mit ihren Einstellungen, ihrem Selbstverständnis oder ihren Karrieremustern (vgl. Donsbach et al. 2009). Aus der Tatsache, dass das journalistische Handeln in organisationale Strukturen eingebunden ist, ergeben sich Beziehungen zwischen der Mikroebene der Akteure und der Mesoebene der Organisationen.

Die Mesoebene stellt quasi ein Scharnier dar, denn erstens verbindet sie die Akteure mit den Organisationen, zweitens lassen sich auf der Mesoebene Beziehungen zwischen Organisationen untersuchen, also etwa zwischen Redaktionen und Public Relations (PR) oder zwischen Redaktionen und Politik. Drittens ist die Mesoebene mit der Makroebene der Gesellschaft verknüpft. Damit werden beispielsweise die Funktionen und Wirkungen der journalistischen Berichterstattung in die Betrachtung einbezogen.

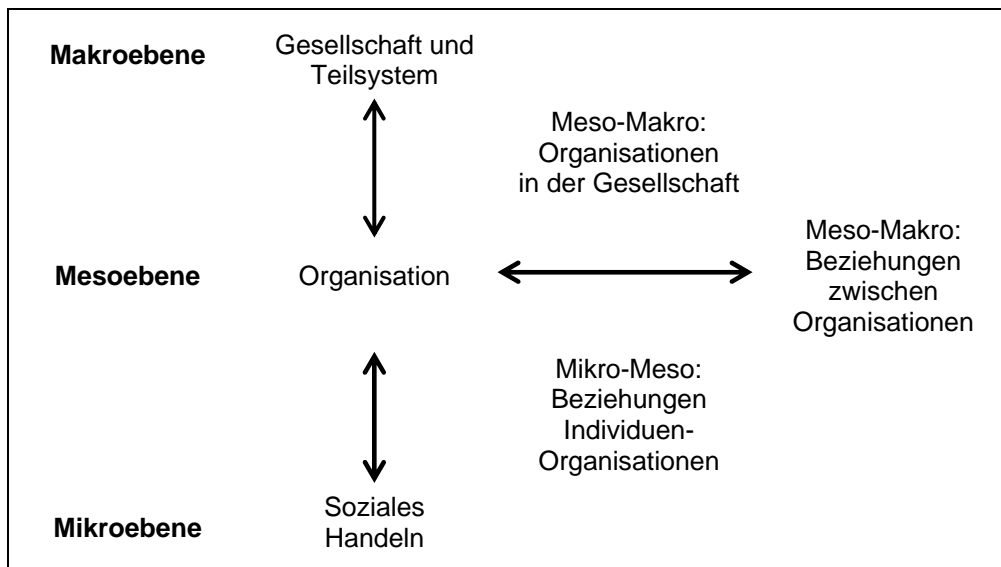


Abbildung 1: Ebenen gesellschaftlicher Strukturierung

Quelle: Donges 2011: 217

Entscheidende Fragen, die mit dieser Mehrebenenperspektive beantwortet werden können, sind: Wie entsteht aus dem Handeln einzelner Journalisten eine soziale Ordnung? Wie können gesellschaftliche Wirkungen des Journalismus erklärt werden und wie wirken sich umgekehrt gesellschaftliche Strukturen auf den Journalismus aus? Wie hängen also Handeln und Struktur zusammen (vgl. Esser 1999: 587ff.)?

Dabei tritt das Problem auf, dass erklärt werden muss, wie Handeln auf Strukturen wirkt und wie Strukturen das Handeln beeinflussen. Ein Beispiel: Wenn Journalisten für einen Artikel recherchieren, benötigen sie dafür zeitliche Freiräume (zeitliche Struktur), sie nutzen technische Apparate wie Telefon, Internet und Archiv (sachliche Struktur) und sie suchen Quellen auf, Personen, die Auskunft geben über Ereignisse (soziale Struktur). Fragen der Forschung richten sich dementsprechend darauf zu erkunden, wie Journalisten recherchieren (Mikroebene) und was dies für die Erfüllung der Leistungen des Journalismus bedeutet (Makroebene).

Nun ist aber die Recherche, auch wenn sie von einem Journalisten allein durchgeführt wird, nie eine rein individuelle Aktion, denn die Recherche wird von der Redaktionsleitung in Auftrag gegeben oder abgesegnet, die dafür notwendigen Ressourcen werden bewilligt (oder abgelehnt) und die Ergebnisse der Recherche werden wiederum von der Redaktionsleitung überprüft. Beauftragen, zusammenführen, koordinieren, das sind, kurz gesagt, alles Aspekte von Organisation. Mit Organisation sind wir auf der Mesoebene angekommen, die hoch bedeutsam ist, denn „Organisationen sind in der Gesellschaft, sind Teil der Gesellschaft, sind eine besondere Form der Koordination und Zurichtung gesellschaftlicher Aktivitäten, (...) werden von ihrer gesellschaftlichen Umgebung gefördert und beeinträchtigt, üben ihrerseits einen enormen Einfluss auf den Zustand und die Entwicklung der Gesellschaft aus“ (Ort-

mann/Sydow/Türk 1997: 16). Aus diesem Blickwinkel tragen Organisationen in nachhaltiger Weise zur gesellschaftlichen Ordnung und somit auch zur Ordnung des Journalismus bei. Diese Ordnung ergibt sich aus dem Zusammenspiel des Handelns einzelner Journalisten innerhalb von (organisationalen) Strukturen. Der Journalismus kann daher als ein organisationales Handlungsfeld beschrieben werden.

Diese Denkfigur wird als quasi roter Faden den gesamten Band durchziehen. Dies hat mehrere Gründe:

- Es ist mittlerweile anerkanntes Gedankengut, dass Journalisten zwar als Individuen beruflich handeln, dass sie dies aber in organisationalen Kontexten tun. Diese Kontexte beeinflussen, wie Journalisten arbeiten.
- Eine Analyse und Darstellung, wie in unserer Gesellschaft mediale Berichterstattung entsteht, wie sie genutzt wird und wirkt, kann nicht sinnvoll und valide erfolgen, ohne die vielfältigen Einflüsse zu berücksichtigen.
- Journalismus als Organisation zu analysieren bedeutet nicht nur, die internen Strukturen und Handlungsmuster des Journalismus (intraorganisational) offenzulegen, sondern Journalismus steht auch mit vielen anderen Organisationen in Kontakt (interorganisational), denen ebenfalls hohes Einflusspotenzial zugesprochen werden muss. Dies beinhaltet vorrangig die Quellen journalistischer Recherche und die Public Relations im engeren Feld, es bezieht sich aber ebenso auf medienpolitische Organisationen, die für den Journalismus den Rahmen setzen (Presserecht, Rundfunkgebühren etc.).
- Organisationen als Elemente der Mesoebene wirken in die beiden anderen Ebenen hinein und verbinden sie häufig. Journalistische Organisationen sind Träger der Funktionen der Medien in der Gesellschaft, denn sie leisten Information, Bildung, Unterhaltung sowie Kritik und Kontrolle. Journalistische Organisationen ermöglichen es, diese Funktionen umzusetzen. Das ist die Verbindung von der Makro- zur Mesoebene.
- Da Organisationen für ihre Mitglieder, in diesem Fall also die Journalisten, die Erwartungen z.B. durch Rollen konkretisieren, fließen auch die gesellschaftlichen Erwartungen in das Handeln der Journalisten ein. Auf diese Weise verbinden sich Meso- und Mikroebene.

Unter den intraorganisationalen Bezügen werden in diesem Band die Strukturen des Journalismus thematisiert wie die Berichterstattungsmuster (vgl. Kapitel 8: Journalismus und Berichterstattung) oder der Aufbau von Redaktionen (vgl. Kapitel 7: Journalismus und Organisation).

Zu den interorganisationalen Verflechtungen des Journalismus, die in einzelnen Kapiteln genauer analysiert werden, gehört vor allen Dingen die Klärung des Bezugsrahmens von Journalismus und Medien (vgl. Kapitel 4). Vielfach werden Medien und Journalismus gleich gesetzt. Aus einer organisationalen Perspektive sind Medienunternehmen aber eher so etwas wie die ‚nächsten Nachbarn‘ des Journalismus. Was die Journalisten produzieren, wird von den Medien distribuiert, aber Medien vermitteln auch Unterhaltung und Werbung, die nicht von Journalisten erstellt werden (vgl. Kapitel 3: Journalismus und öffentliche Kommunikation). Aber auch der Umgang mit dem Publikum (vgl. Kapitel 6) und der Politik (vgl. Kapitel 10) als einem der zentralen Bezugssysteme gehört zu den interorganisationalen Zusammenhängen. Während das Politiksystem hoch organisiert ist und sich daher als gleichwertiges

organisationales Handlungsfeld präsentiert, kann sich das Publikum nicht oder nur sehr schwer organisieren.

Interorganisational bedeutsame Bezüge bestehen darüber hinaus – bei der Berichterstattung – zwischen Journalismus und Public Relations (PR) (vgl. Kapitel 3). Relevant sind aber auch Bezüge zu Verbänden, denn die Tarifpartner (Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretungen) entscheiden über Gehaltshöhen, Urlaubszeiten und ethische Problemlösungen. In diesem Kontext ist auch die Medienpolitik bedeutsam, denn medienpolitische Institutionen wie das Kartellamt oder die KEK (Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich) entscheiden über den Konzentrationsgrad der Medien, Organisationen wie die Landesmedienanstalten entscheiden über den Erhalt von Sendelizenzen.

2.2 Journalismus als organisationales Handlungsfeld

Soziales Handeln wird, sobald es durch Mitglieder journalistischer Organisationen ausgeübt wird, zu journalistischem Handeln. Damit wird gesagt, dass das, was Journalisten tun, in der Regel durch organisationale Strukturen geprägt ist. Ein Problem der Forschung zum Zusammenhang von Struktur und Handeln liegt darin, die beiderseitige Blindheit zu vermeiden. Damit ist gemeint, dass Theorien und Modelle, die vom Individuum ausgehen, blind sind gegenüber dem Einfluss von Strukturen, während Theorien, die sich auf Strukturen konzentrieren, häufig die Akteure aus dem Blick verlieren (vgl. Lenk 1977: 158). Von Interesse ist aber nicht allein das individuelle journalistische Handeln, sondern die Frage, welche gesellschaftlichen Folgen das Handeln hat und in welchen Kontexten es entsteht. Oder kurz gesagt: Es geht um die Entstehung, Verfestigung und Veränderung von Strukturen.

Um Phänomene wie die journalistische Aussagenproduktion zu erklären, um beschreiben und analysieren zu können, wie diejenigen Artikel und Sendebeiträge entstehen, die vom Publikum rezipiert werden, um zu erkunden, warum und wie sich die Aussagenproduktion verändert, sind Modelle und Theorien notwendig, die allgemeine Aussagen über den Journalismus zulassen. Dazu sind die Begriffe zu definieren, die den Theorien wie in diesem Fall dem Journalismus als organisationalem Handlungsfeld zugrunde liegen.

Eine solche Definition erfordert eine dreifache Unterscheidung, mit der jeweils bestimmte Fragen beantwortet werden: nach dem Orientierungshorizont (Wonach richten sich Journalisten, was sind ihre Ziele, was erwartet die Gesellschaft von ihnen?); nach den institutionellen Ordnungen (Wie werden die Produktionsprozesse im Journalismus organisiert? Wonach wird entschieden, was öffentlich gemacht wird?) und nach den Akteurkonstellationen (Wer sind die Journalisten? Welches Selbstverständnis haben sie?).

Da Organisationen als konstitutiv angesehen werden für gesellschaftliche Struktur, kommt ihnen bei der Beantwortung der Fragen eine zentrale Bedeutung zu. Dies gilt für journalistische Organisationen in verstärktem Maße, denn der Journalismus ist „Empfänger“ gesellschaftlicher Erwartungen: Die Bevölkerung erwartet vom Journalismus, informiert und unterhalten zu werden, sie erwartet, dass der Journalismus kritisch hinguckt bei Politik und

Wirtschaft. Aus dieser Erwartung ergibt sich der Sinn von Journalismus, der Orientierungshorizont, den die Journalisten benötigen, um zu wissen, was sie zu tun haben.

Um abzusichern, dass die gesellschaftlichen Erwartungen durch entsprechende Leistungen erfüllt werden, sind institutionelle Ordnungen notwendig. Sie spezifizieren die gesamtgesellschaftlichen Erwartungen und definieren darauf aufbauend die Aufgaben und Leistungen des Journalismus. Konkret geschieht dies dadurch, dass die Organisation (Redaktion, Verlag, Rundfunkanstalt) ihre Ziele und ihr Selbstverständnis beschreibt, denn dies sind Elemente institutioneller Ordnungen. Über institutionelle Ordnungen entscheiden die Medienmanager, sie legen fest, ob eine Zeitung als Qualitätszeitung (z.B. *Süddeutsche Zeitung*) oder als Boulevardzeitung (z.B. *Bild-Zeitung*) erscheinen soll, ob ein Radio eher Wortprogramm macht (wie der *Deutschlandfunk*) oder eher als Formatradio viel Musik sendet (wie *radio ffn*).

Akteurkonstellationen, die dritte Unterscheidung, benennen die Akteure und die Umstände und Bedingungen, unter denen sie zusammentreffen. Die Mitglieder einer Redaktion bilden eine solche Akteurkonstellation, in der die Journalisten handelnd zusammenwirken und die sich entsprechend der institutionellen Ordnungen organisiert, in der die einzelnen Journalisten bestimmte Rollen einnehmen, in der (mehr oder weniger) Hierarchie herrscht und in der alle koordiniert daraufhin arbeiten, regelmäßige Berichterstattung zu produzieren.

Nun koordinieren und organisieren sich aber nicht alle Redaktionen gleich, sie haben unterschiedliche Ziele, sie operieren in unterschiedlichen Verbreitungsgebieten (national, regional, lokal) und produzieren für unterschiedliche Medien wie Zeitung, Zeitschrift, Hörfunk, Fernsehen oder das Internet. Für die Beschreibung und Bewertung von Unterschieden und Gemeinsamkeiten werden Begriffe, Modelle und Theorien gebildet, wie wir es tun, wenn wir von organisationalen Handlungsfeldern sprechen.

Mit dem Analyseinstrument organisationaler Handlungsfelder kann untersucht werden, was Akteure (in unserem Fall die Journalisten) tun, wie sie es tun und welche Einflüsse bei der Arbeit von Journalisten wirksam werden. Nachgegangen werden kann damit Fragen wie: Warum sind Ressorts entstanden? Warum wurden aus Ressorts Newsrooms? Wie wird eine Recherche durchgeführt? Welche Regeln des Nachrichtenschreibens gibt es? Welchen Einfluss haben Medienunternehmen auf die journalistische Arbeit? Welche Ursachen und Konsequenzen sind erkennbar für die Entstehung und Entwicklung des crossmedialen Journalismus? Erst theoretische Konzepte, wie hier das des organisationalen Handlungsfeldes, erlauben es, generelle Aussagen über den Journalismus zu treffen und Unterschieden nachzuspüren, die zwischen verschiedenen Formen des Journalismus bestehen. So gelten im Handlungsfeld Fernsehjournalismus andere Regeln als im Zeitungsjournalismus, genauso gibt es Divergenzen z.B. zwischen Boulevard- und Qualitätsjournalismus.

Verschiedene Autoren beantworten die oben gestellten Fragen mit verschiedenen Theorien. Das ist Ausdruck einer intensiven, konkurrierenden Journalismusforschung (einen Überblick darüber geben die Sammelbände von Löffelholz 2004a und Altmeppen/Hanitzsch/Schlüter 2007). Aus dieser Konkurrenz entsteht wissenschaftlicher Fortschritt bei den Erkenntnissen über den Journalismus.

Wie auch bei anderen Theorien spielen Akteure eine zentrale Rolle im organisationalen Handlungsfeld Journalismus, also die Journalisten mit ihren Tätigkeiten, ihren Einstellungen und ihrem Selbstverständnis, ihren Berufs- und Arbeitsrollen und ihren Positionen im Handlungsfeld (siehe Abb. 2). Tätigkeiten, Einstellungen und Rollen sind jedoch bereits Kriterien, die auf die weiteren Merkmale hinweisen, die das organisationale Handlungsfeld Journalismus prägen, denn die Journalisten arbeiten in der Regel in strukturellen Zusammenhängen wie Redaktionen oder Journalistenbüros, ihre Einstellungen erfahren sie in der Ausbildung und in der Berufspraxis, ihre Rollen werden ihnen vom Redaktionsmanagement zugewiesen.

Journalisten handeln auf der Basis berufsspezifischer Regeln und Ressourcen, sie sind dabei in eingetübte Organisationsformen integriert (organisationale Settings) (siehe Abb. 2), sie sind in Hierarchien eingebunden, bei der Chefredakteure und Programmdirektoren Führung ausüben (Governanceformen), sie sind in die sozialen Beziehungen innerhalb ihrer Teams eingebettet und entwickeln gemeinsam spezifische Formen der Zusammenarbeit (soziale Praktiken und Produktionskulturen) und sie nutzen spezifisches Wissen, vermittelt durch die Journalistenausbildung (vgl. Altmeppen/Hömberg 2002) sowie Werkzeuge (wie etwa Technologien und Archive). Was diese Begriffe bedeuten und wie sie zusammenhängen wird weiter unten veranschaulicht (in Anlehnung an Windeler 2009).

Der zweite wichtige Begriff neben dem des Akteurs ist der der Struktur. Strukturen in ihrer einfachsten Form sind Relationen zwischen zwei Elementen. Wir verstehen Strukturen jedoch in komplexerer Form als die Umwelt, die Journalisten bei ihrem Handeln vorfinden. Strukturen sind in diesem Sinne vor allem Regeln und Ressourcen. Sie prägen die Arbeit der Journalisten, wie beispielsweise die Nachrichtenfaktoren, die bestimmen, nach welchen Kriterien Nachrichten auszuwählen sind. Auch die journalistische Organisation ist Struktur, denn sie regelt die Zusammenarbeit und stellt zugleich die Ressourcen zur Verfügung, die Journalisten für ihre Arbeit benötigen. Im Gegenzug prägen aber auch die Journalisten die Strukturen, denn Journalisten können beispielsweise ihre Recherchewege und -quellen selbst bestimmen und somit zum Maßstab in einer Redaktion machen. Die Grundlagen dieser Perspektive der wechselseitigen Interdependenz hat Giddens (1997) in der Strukturierungstheorie angelegt.

Nach dieser Theorie bedingen sich Handeln und Struktur wechselseitig, sie sind „Medium wie Ergebnis der Praktiken, die sie rekursiv organisieren“ (Giddens 1997: 77). Wenn Redaktionen Ziele für das Handeln der Journalisten formulieren, stellen diese Ziele Regeln dar für das Handeln. Wenn die Journalisten diese Ziele handelnd umsetzen, reproduzieren sie damit zugleich die Bedingungen, die ihr Handeln ermöglichen oder restringieren. Rekursivität besteht beispielsweise darin, dass das Redaktionsmanagement in einer journalistischen Organisation, in der Ressorts existieren, eine differenzierte Berichterstattung zu entsprechenden Themen erwartet. Daran schließen sich Erwartungserwartungen der Redakteure an, der Wirtschaftsredakteur erwartet, über wirtschaftliche Themen zu berichten und nicht über Sport. Die Strukturen regeln die wechselseitigen Erwartungen und das individuelle Handeln.

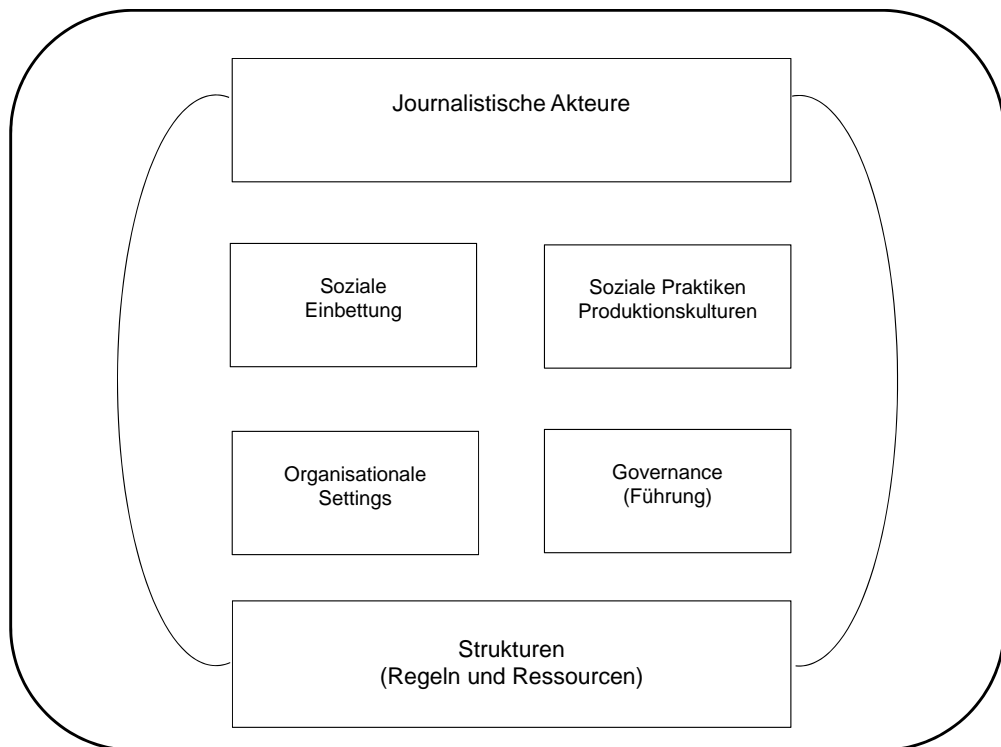


Abbildung 2: Elemente organisationaler Handlungsfelder des Journalismus

Ressourcen sind die andere Medaille der Strukturen. Ressourcen lassen sich unterscheiden in (1) allokativen Ressourcen, dies ist z.B. das Kapital der Medienunternehmen, dies sind Produktionsfaktoren wie Druckereien, dies ist das Produktionswissen der Journalisten, dies sind Senderechte wie etwa für Spielfilme; und in (2) autoritativen Ressourcen, dabei handelt es sich um das Organisationswissen der Journalisten, um die Führungsfähigkeiten des Redaktionsmanagements, um den Einfluss, die Reputation und das Image von Leitmedien wie dem *Spiegel* oder der *Zeit*.

Ein konkretes Beispiel soll den Zusammenhang zwischen Regeln und Ressourcen verdeutlichen: Rechercharbeiten werden z.T. in Rückgriff auf Rechercheregeln (z.B. die Praktik des Telefoninterviews) und Ressourcen (z.B. Redaktionsarchive) durchgeführt, die wiederum durch die Recherche erst gebildet werden. Das Vorgehen bei Telefoninterviews wird im Redaktionsalltag immer wieder erprobt, bestätigt, modifiziert; Redaktionsarchive entstehen erst durch Rechercheprozesse. Die Recherche als Handeln reproduziert also die Regeln des Telefoninterviews und die Ressourcen des Archives, die wiederum die Recherche als solche erst ermöglichen, aber natürlich auch begrenzen (vgl. Altmeppen 2006b).

Strukturen sind allgegenwärtig in der journalistischen Tätigkeit, die ein steter Prozess routinierter Arbeit ist wie beispielsweise die Nachrichtenselektion. Dieser Prozess der Auswahl

von Nachrichten, Themen, Quellen und Darstellungsformen verläuft hoch strukturiert, d.h., es gibt Regeln dafür und es müssen Ressourcen genutzt werden. Regeln und Ressourcen sind die beiden Elemente, aus denen nach Giddens Strukturen bestehen.

Strukturen dienen der Entlastung, denn sie führen zur Routinisierung. Soweit der Journalist also Nachrichten nach gewohnten Regeln (Nachrichtenfaktoren) auswählt, muss nicht jedes Mal neu nachgedacht werden über die Selektionen, denn dafür sind vorab Strukturen hergestellt worden, „die im Einzelfall als Entscheidungsprämissen fungieren“ und aufgrund derer das Auswählen im Einzelfall geschieht (vgl. Rühl 1980: 251ff.; Weischenberg 1992: 195ff.). So verlangt z.B. die Frage, ob die Verschiebung einer anstehenden Personalentscheidung in der Politik wegen des fehlenden Informationsgehalts trotzdem zu einer Nachricht werden soll, eine redaktionelle Entscheidung. Für diese Entscheidung stehen die Nachrichtenfaktoren zur Verfügung, die als Entscheidungsprämissen fungieren: Der einzelne Journalist kennt die Nachrichtenfaktoren seiner Organisation und muss daher nicht jedes Mal nachfragen.

Mit den Tätigkeiten reproduzieren die Journalisten permanent die Regeln, die ihnen durch ihre Aufgabe und deren Konkretisierungen vorgegeben sind (Wie sind Nachrichten auszuwählen? Wie zu schreiben? Welche Recherchemöglichkeiten habe ich?). Auch die Hierarchien (Wen frage ich in Entscheidungssituationen?) oder Kriterien, die sich auf die soziale Verantwortung oder ethische Zielsetzungen beziehen, sind derartige Regelungen.

In Hierarchien, Stellen, Positionen, Rollen und insgesamt der Koordination der Arbeit vollzieht sich die journalistische Tätigkeit. Diese Begriffe sind Bestandteil der Organisation. Sie ist konkretester Ausdruck von Strukturen.

2.2.1 Organisationale Settings im Journalismus

Im Journalismus richten sich die Journalistinnen und Journalisten auf die organisationspezifischen Regeln und Ressourcen der Arbeit ein. Sie akzeptieren die Ziele der journalistischen Organisation und die daraufhin gebildeten formalen Organisationselemente sowie die bewusst eingerichteten Strukturen. Die Journalisten erweitern und ergänzen diese Vorgaben aber darüber hinaus durch Sets an informell institutionalisierten Handlungsweisen, Verfahrensschritten und Arbeitsabläufen. Zu ersteren gehören Formen von Abteilungsbildung (Resorts), Arbeitsteilung (journalistische Rollen), Gratifikationssysteme (Gehalt, Pauschalvergütung) und institutionalisierte Koordinationsinstrumente (wie Konferenzen), zu letzteren die Kommunikationswege in den journalistischen Organisationen, die individuelle oder koordinierte Gestaltung von Arbeitsvorgängen und die Abstimmungsprozesse in journalistischen Organisationen.

Journalistische Organisationen stellen Ressourcen bereit für die Journalisten. Dies sind allokativen Ressourcen wie Gehalt, Arbeitstechnologien, Redaktionsarchive, Recherchemittel (Telekommunikation, Fahrzeuge) und autoritative Ressourcen wie etwa Visitenkarten als Ausweis für das Image des Mediums. Organisationen geben ebenso Regeln vor, wie z.B. die Standards und Verfahren der Aussagenproduktion in Redaktionen, weiter koordinieren sie die Arbeit verschiedener horizontaler (die Zusammenarbeit des Nachrichten- mit dem Politikressort) und vertikaler Hierarchiestufen (die Anordnungen des Chefs vom Dienst für die Redakteure). Diese Koordination unterscheidet sich zwischen den Mediengattungen (Print,