



universität
wien

Magisterarbeit

Titel der Magisterarbeit

Die Beobachtung der Beobachter

Monothematische Medienkritik an Leitmedien via
Watchblogs – ein Vergleich typischer Fallbeispiele

Verfasserin

Stefanie Lindner Bakk.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Dezember 2008

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Magisterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaften

Betreuer:

Ao. Univ. - Prof. Dr. Hannes Haas

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
2	Untersuchungsgegenstand.....	4
2.1	Forschungsgegenstand	4
2.2	Erkenntnisinteresse.....	4
2.3	Kommunikationswissenschaftlicher Fachbezug	5
3	Theoretische Fundierung	7
3.1	Mikroperspektivischer Ansatz.....	7
3.2	Journalismus als kommunikatives Handeln	7
4	Mediale Selbstbeobachtung	9
4.1	Terminologie	9
4.2	Medienjournalismus	10
4.2.1	Definition und Umriss	10
4.2.2	Themenstruktur	12
4.3	Journalismusjournalismus	13
4.4	Medienkritik.....	14
4.4.1	Hackende Krähen? – Journalistische Medienkritik.....	16
4.4.2	Problemfelder journalistischer Medienkritik – Erschwerte Bedingungen	18
4.4.2.1	Kompetenz	18
4.4.2.2	Interessenskonflikte.....	18
4.4.2.3	Distanzproblem - Zwischen Sippenhaft und KollegInnenschelte	20
4.4.2.4	Institutionalisierungsproblem.....	21
4.4.3	Funktionen der Medienkritik.....	22
4.4.3.1	Crititainment.....	25
4.4.3.2	Kulturelle Distinktion.....	26
4.4.4	Formen	26
4.4.5	Zielgruppen von Medienkritik.....	28
4.4.5.1	Fachpublikum.....	28
4.4.5.2	LaiInnenpublikum	29
5	Medienkritik via Weblogs	31

5.1	Implikationen des Online-Begriffs im Journalismus.....	31
5.2	Weblogs.....	34
5.2.1	Weblogs und Medienkritik – Fortgesetzte Probleme?	37
5.2.2	Watchblogs.....	38
5.3	AkteurInnen in der Blogosphäre	40
5.4	Zum Verhältnis von Weblogs und Journalismus.....	41
5.4.1	Weblogs aus der Perspektive der Journalismusforschung.....	41
5.4.2	Praxis in Weblogs und klassischem Journalismus	44
5.5	Monothematische Medienkritik an Leitmedien.....	46
5.5.1	Monothematische Medienkritik – Versuch einer Definition.....	46
5.5.2	„Bild“, „Zeit“ und „Spiegel“ als Leitmedien.....	47
6	Qualität im Journalismus.....	49
6.1	Theoretische Annäherungen.....	49
6.2	Das Konstrukt der journalistischen Qualität.....	50
6.2.1	Zum Qualitätsbegriff dieser Arbeit	50
6.2.2	Normen.....	50
6.2.3	Infrastrukturen der Qualitätssicherung	51
6.2.4	AkteurInnen in der Qualitätsdebatte.....	52
6.2.5	Medienkritik und Qualitätsanforderungen	55
6.2.6	Exkurs: Qualitätsforschung in der Kommunikationswissenschaft.....	56
6.2.7	Kriterien journalistischer Qualität – Eine Synopse	58
7	Fallbeispiele	64
7.1	„Bildblog“	64
7.2	„Spiegelkritik“.....	65
7.3	„Meckern“	66
8	Forschungsfragen.....	67
9	Methodik der Untersuchung.....	74
9.1	Forschungsdesign	74
9.2	Inhaltsanalyse	74
9.3	Kategoriensystem	77
9.4	Kategoriendefinition.....	83
10	Auswertung.....	93
10.1	Frequenzanalyse nach Fallbeispielen	93

10.2	Auswertung der Frequenzanalyse	97
10.3	Typisierende Strukturierung.....	100
11	Interpretation der Ergebnisse.....	106
12	Conclusio und Ausblick.....	121
13	Literaturverzeichnis	127

Anhang

Codebogen

Abstract

English Abstract

Nachwort und Dank

Lebenslauf

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kategoriensystem	S. 78
Tabelle 2: Frequenzanalyse „Bildblog“: Ergebnisse	S. 94
Tabelle 3: Frequenzanalyse „Spiegelkritik“: Ergebnisse	S. 95
Tabelle 4: Frequenzanalyse „Meckern“: Ergebnisse	S. 96
Tabelle 5: Thematisierung Komplexitätsreduktion	S. 97
Tabelle 6: Thematisierung Objektivität	S. 97
Tabelle 7: Thematisierung Transparenz/Reflexivität	S. 98
Tabelle 8: Thematisierung Originalität	S. 98
Tabelle 9: Thematisierung Aktualität	S. 99
Tabelle 10: Bezugssysteme der Qualitätsurteile	S. 99
Tabelle 11: Typische Ausprägungen in der Dimension „Unterhaltende Merkmale der Medienkritik durch Watchblogs“	S. 103
Tabelle 12: Zusammenschau der Ergebnisse der Frequenzanalyse	S. 117

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Funktionsebenen der Medienkritik	S. 23
Abbildung 2: „Magisches Vieleck“	S. 59

1 Einleitung

„Kritik hat damit zu tun, dass das, was ist, mehr ist als es ist.“ (Prokop 2005: 104)

Dieses Zitat nach Theodor Adorno führt zwei Dinge vor Augen: Zum einen beschreibt es die Doppeldeutigkeit der medialisierten Gesellschaft, in der wir leben, in der Medienprodukte in Zeiten zunehmender Ökonomisierung nicht nur Produkte sind, sondern immer auch auf „mehr als es ist“ verweisen. Andererseits führt das zitierte Diktum die Wichtigkeit des Medienjournalismus und spezifisch der Medienkritik vor Augen. In diesen Teilbereichen vollzieht sich die Beobachtung derer, die als JournalistInnen das tägliche Geschehen beobachten.

In den letzten Jahren hat die Medienkritik Zuwachs bekommen: Abseits von Feuilleton, abseits von herkömmlicher Fernsehkritik und Wissenschaft befassen sich Einzelpersonen, oft mit professionellem Hintergrund, via Weblogs mit den Unstimmigkeiten im etablierten Medienbetrieb.

Diese Magisterarbeit will beleuchten, nach welchen Systematiken medienkritische Arbeit in Watchblogs, die sich mit einem Medium spezifisch befassen, funktioniert. Besonderes Augenmerk soll hierbei auf dem Begriff der journalistischen Qualität liegen. Dieser Ansatz wird unter 2.2 näher konkretisiert.

Vor der wissenschaftlichen Untersuchung stehen also überspitzt formuliert folgende Fragen im Raum: Dienen Watchblogs wie „Bildblog“, „Meckern“ und „Spiegelkritik“ wirklich dem hehren Ziel einer kritischen Auseinandersetzung mit Leitmedien – oder handelt es sich nicht vielmehr um mit dem Mantel der journalistischen Kritik umhüllte bloße Unterhaltung? In der Zielsetzung des „Bildblogs“ – „die kleinen Merkwürdigkeiten und das große Schlimme“ (N.N./o.J.: Was passiert hier?; <http://www.bildblog.de/bildblog.php>; abgerufen am 20.11.2008) bei Deutschlands auflagenstärkster Tageszeitung aufzuspüren – scheint sich bereits ein

moralisches Urteil zu befinden. Dies wirft natürlich die Frage auf, inwieweit Watchblogs als Anwender journalistischer Qualitätskriterien eine ernst zu nehmende Rolle spielen.

Einleitend soll hier ein kurzer Überblick über den Kapitelablauf gegeben werden. Nach der Eingrenzung des Erkenntnisinteresses und der Herstellung des Bezugs zum Forschungsstand der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften werden grundsätzliche forschungsparadigmatische Entscheidungen zu Gunsten eines Handlungsansatzes abgewogen. Die drei zentralen Themenbereiche dieser Magisterarbeit, nämlich die Medienkritik (Kapitel 4), ihre aktuelle Ausprägung in Weblogs (Kapitel 5) sowie der Qualitätsbegriff in der Journalismusforschung (Kapitel 6) werden im theoriereflektierenden Teil der Arbeit ausführlich vorgestellt und diskutiert. Hier sollen Verbindungen zwischen der Medienkritik als Ressort und Qualitätskriterien im Journalismus gefunden werden, die für die empirische Untersuchung fruchtbar gemacht werden können.

Das Feld der Medienkritik soll zunächst mit der begrifflichen Abgrenzung zum Medienjournalismus (Unterkapitel 4.2) erschlossen werden. In diesem Zusammenhang wird unter 4.3 auch das enger eingegrenzte Konzept des Journalismusjournalismus diskutiert. Im Unterkapitel 4.4 soll anschließend das Spektrum der Medien, die Medienkritik betreiben, theoretisch aufgearbeitet werden und die aus den Gegebenheiten des Ressorts resultierenden Problemfelder thematisiert werden. Darauf aufbauend werden die gesellschaftlichen Funktionen von Medienkritik erläutert und um das Konstrukt Crititainment und den Ansatz der kulturellen Distinktion erweitert. Das Kapitel der Medienkritik schließt mit der Diskussion potentieller Zielgruppen.

Im folgenden Kapitel 5 beschäftigt sich die Arbeit mit dem Kommunikationsphänomen der Weblogs, das seit Beginn des Jahrtausends die Nutzung von Online-Medien verändert. Bevor ihr Potential für die Medienkritik ausgelotet wird, soll unter 5.1 zunächst konstatiert werden, was der Online-Begriff für die Journalismusforschung impliziert. Anschließend wird unter 5.2 das Phänomen der Weblogs näher in den Fokus genommen und der Phänotyp der Watchblogs charakterisiert. Hier wird zudem untersucht, ob sich die unter 4.4.2 diagnostizierten Problemfelder der Medienkritik auch in der Blogosphäre fortsetzen.

Im darauf folgenden Unterkapitel 5.3 soll eine theoretische Kategorisierung der Selbstkonzepte der AkteurInnen im Bereich von Weblogs vorgenommen werden, bevor in

5.4 das Verhältnis dieser zu dem Gesellschaftsbereich, den wir als klassischen Journalismus verstehen, untersucht wird.

Die zentrale thematische Eingrenzung dieser Arbeit auf monothematische Medienkritik an Leitmedien auf dem Wege der Watchblogs wird im Unterkapitel 5.5 mit einer ersten Definition versehen. Anschließend wird rekapituliert, warum die Zielobjekte der untersuchten Watchblogs, nämlich die Medien, die unter den Namen „Bild“, „Die Zeit“ und „Der Spiegel“ firmieren, als Leitmedien gelten können.

In Kapitel 6, das sich dem Qualitätsbegriff in der Kommunikationswissenschaften widmet, wird nach einer theoretischen Annäherung zunächst das Konstrukt der journalistischen Qualität, das bis dato noch einer theoretisch und praktisch weithin akzeptierten Fundierung entbehrt, in Teilaspekte aufgegliedert (Unterkapitel 6.2). Die Arbeit widmet sich hier den Grundlagen des Qualitätsbegriffs, der Normaspekte, den Infrastrukturen der Qualitätssicherung sowie den AkteurInnen, die sich in dieser Debatte wiederfinden.

Im Anschluss daran wird unter 6.2.5 darauf eingegangen, welche Qualitätsanforderungen speziell an die Medienkritik herangetragen werden. Zudem erschien es zielführend, exkursorisch auf die im Fach bestehende Tradition der Qualitätsforschung einzugehen. Ein weiterer zentraler Punkt ist der Versuch einer Synopse der Kriterien journalistischer Qualität im Teilkapitel 6.2.7.

Zur Überleitung in die empirische Aufarbeitung des Themas werden unter Kapitel 7 die Fallbeispiele, die untersucht und verglichen werden, vorgestellt. Daran anschließend werden die Forschungsfragen und Hypothesen, die der Arbeit zu Grunde liegen, postuliert und weiter ausgeführt.

Nach der Konkretisierung der Methodik werden die Ergebnisse ausgewertet und einer Interpretation unterzogen. Die Magisterarbeit schließt mit einer Conclusio der durchgeführten vergleichenden Studie.

Was die Verwendung genderbewusster Sprache betrifft, soll in dieser Arbeit das Binnen-I gebraucht werden. Zwar ist die Abwägung zwischen Lesbarkeit und Political Correctness schwierig, aber die lediglich „mitgedachte“ weibliche Form erscheint inkonsequent. Auf das Binnen-I wurde lediglich in direkten Zitaten und im Titel der Arbeit verzichtet.

2 Untersuchungsgegenstand

2.1 Forschungsgegenstand

Im Zuge dieser Masterarbeit soll das Thema „Die Beobachtung der Beobachter. Monothematische Medienkritik an Leitmedien via Watchblogs – ein Vergleich typischer Fallbeispiele“ in der kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin der Journalismusforschung verortet werden. Die Arbeit widmet sich spezifisch dem Bereich der Medienkritik, der als Teilbereich der Journalismusforschung aus verschiedenen Perspektiven, aber generell eher marginale Beachtung findet.

Konkret formuliert stellt die Anwendung von journalistischen Qualitätsmerkmalen als Urteilsschemata in der Medienkritik, wie sie in monothematischen Watchblogs geäußert wird, den Forschungsgegenstand dieser Masterarbeit dar.

Mittels einer vergleichenden Studie soll monothematische Medienkritik an der Boulevardzeitung „Bild“ mit jener an den zum Qualitätssektor zählenden Medienprodukten „Die Zeit“ und „Der Spiegel“ untersucht werden. Diese beiden Pole der deutschen Medienlandschaft bilden insofern einen aussagekräftigen praktischen Hintergrund für das Forschungsinteresse der Arbeit, als dass „Der Spiegel“ seine Funktion als Leitmedium im deutschen Journalismus mittlerweile mit der „Bild“ teilen muss (vgl. Renner 2004: 28) und auch „Die Zeit“ als Flaggschiff der deutschen Presse gilt. Daher ist ohne weiteres Räsonieren nachvollziehbar, dass diese drei Printmedien und ihre Online-Produkte in der Blogosphäre große Aufmerksamkeit auch seitens der Medienkritik genießen.

2.2 Erkenntnisinteresse

Im Sinne einer vergleichenden Studie soll mit den theoretischen und empirischen Mitteln der Kommunikationswissenschaft untersucht werden, welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen der als Blogs institutionalisierter Medienkritik einerseits an der „Bild“-Zeitung und andererseits an „Der Zeit“ und am Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ in Bezug auf die Anwendung von Qualitätsnormen bestehen. Qualität soll in dieser Arbeit nicht als zu messende Größe auf das untersuchte Medium selbst bezogen werden, sondern als Perspektive medienkritischer Arbeit der verwendeten Fallbeispiele verstanden werden.

Dazu kommt die Frage, inwieweit Medienkritik via Watchblogs unterhaltende Elemente verwendet.

Dem Ansatz des Vergleichs dreier herausragender Fallbeispiele kommt eine besondere Bedeutung zu, geht man davon aus, dass der zu untersuchende Forschungsgegenstand in ein Netz von Wechselbeziehungen eingebunden ist (Esser F. 2000: 123). Durch den Vergleich von Kommunikationsphänomenen kann somit von einem höheren Erkenntnisgewinn ausgegangen werden, mit der Einschränkung, dass eine Fallstudie natürlich nur begrenzte Gültigkeit für die Gesamtheit des Phänomens aufweist.

Das Thema muss im Rahmen der Magisterarbeit sinnvoll eingegrenzt werden: Daher wird im Sinne einer inhaltsbezogenen Untersuchung auf das Eingehen auf Aspekte der Wirkungsforschung in Bezug auf Medienkritik verzichtet.¹ Zudem soll in diesem Projekt auf allzu weit greifende Überlegungen auf der Ebene der KommunikatorInnen verzichtet werden. Natürlich wird ein theoretischer Überblick über die AkteurInnen in journalistischer Medienkritik gegeben, aber aus Gründen der Vergleichbarkeit konzentriert sich die Magisterarbeit auf die Inhalte der drei Fallbeispiele www.bildblog.de, www.zeit.de/meckern und www.spiegelkritik.de. Das Thema soll auch dahingehend eingegrenzt werden, als dass sich die Arbeit mit dem Bereich der Medienethik nicht per se beschäftigen wird, sondern ihn dort mit in die Bestandsaufnahme des Forschungsstandes integrieren wird, wo er Grundlage von Qualitätsaspekten des Journalismus ist.

2.3 Kommunikationswissenschaftlicher Fachbezug

An dieser Stelle soll ein Anschluss an aktuelle Forschungsfelder des Fachs gefunden werden und die Relevanz der Magisterarbeit erläutert werden.

Die Medienkritik als Sonderform des Medienjournalismus, gleichsam die Selbstbeobachtung der journalistischen AkteurInnen, stellt den thematischen Rahmen für das Projekt dar. In welchen Erscheinungsformen sie auftritt und welche Qualitätsurteile sie fällt, soll hier anhand der Medienkritik zu den (Leit-) Medienprodukten „Bild“, „Die Zeit“ und „Der Spiegel“ empirisch aufgezeigt werden. Da der Medienjournalismus sowie auch

¹ Zu nennen sind hier die Desiderat des „mündigen Rezipienten“ und der Medienkompetenz, wie sie gerade von der pädagogischen Medienkritik als Zielvorstellungen genannt werden.

die Medienkritik als Randgebiete der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zwar aktuell eine Hausse erleben, aber dennoch nicht umfassend beforscht sind und ihre Tragweite für die Gesellschaft noch Streitpunkt gegenwärtiger Debatten ist, kann damit ein aktueller Fachbezug hergestellt werden.

Dieser wird damit spezifiziert, dass Medienkritik via Watchblogs dem Forschungsinteresse im Feld der Medienkritik noch ein Moment der Aktualität hinzufügt, da dieser Bereich noch weitgehend explorativ erforscht wird. Die pauschalen Aussagen über Weblogs werden als Schwachpunkt der Debatte ebenso beklagt wie das weitgehende Fehlen repräsentativer Daten in Bereich der Weblog-Forschung (vgl. Neuberger 2007: 96 f.).

Zwar kann für diese auf die Auswahl typischer Fälle ausgerichtete Masterarbeit nicht die Generierung repräsentativer Daten beansprucht werden, aber mit dem Vergleich zwischen der medienkritischen Berichterstattung vom „Bildblog“, der „Spiegelkritik“ sowie dem „Zeit“-Blog „Meckern“ könnten Ansatzpunkte gefunden werden, wie medienkritischer Journalismus in Weblogs funktioniert und wie dieser journalistische Qualitätsnormen als Grundlage für Kritik nimmt.

Diese Ergebnisse könnten wiederum Anhaltspunkte für die Lage in Österreich bieten, wo zumindest mit dem „Kroneblog“ ein grob vergleichbares webbasiertes Angebot besteht.

3 Theoretische Fundierung

3.1 Mikroperspektivischer Ansatz

Bevor die Auseinandersetzung mit den Kernthemen dieser Arbeit begonnen wird, muss zunächst der theoretische Rahmen, in dem sich die Untersuchung bewegt, abgeklärt werden. Da die Kommunikationswissenschaft über mehrere paradigmatische Stränge verfügt, die in ihren Deutungen teils sehr verschieden zu verstehen sind, scheint dies notwendig. Systemtheoretisch fundierte Forschung versteht etwa unter dem Begriff der Institution etwas anderes als Ansätze, die den Akteur respektive die Akteurin ins Zentrum stellen.

Während die Systemtheorie in ihren Hauptlinien die journalistisch tätige Person vom Journalismus als Sozialsystem trennt, wird dieser Ausschluss der Objekte vielfach kritisiert. Zudem wird bemängelt, dass sozialwissenschaftlich durchaus relevante Kriterien wie Geschlecht, aber auch die Verflechtung des Journalismus mit ökonomischen Interessen von systemtheoretischen Herangehensweisen nicht tangiert werden (vgl. Löffelholz 2004: 56 f.).

Für diese Arbeit relevant ist weniger die makroperspektive Herangehensweise, die sich auf gesamtgesellschaftliche Phänomene richtet, sondern vielmehr ein mikroperspektivischer Erklärungsansatz für konkrete journalistische Handlungen, die sich medienkritisch mit Qualität befassen. Dieser richtet sich auf kleine oder kleinste Elemente der Kommunikation.

3.2 Journalismus als kommunikatives Handeln

Begreift man Journalismus als kommunikatives Handeln, bietet sich Buchers aus der Ökonomie und der Sprachwissenschaft entlehnte Konzeption der „Phänomene dritter Art“ an. Darunter sind hier komplexe soziale Erscheinungsformen zu verstehen, die zwar Folgen individueller Handlungen von JournalistInnen sind, aber nicht nur individueller Planung unterliegen (vgl. Bucher 2004: 263 f.). Dementsprechend fragt die Handlungstheorie danach, wie die Koordination menschlichen Handelns durch Institutionalisierung erfolgt und daraus soziale Ordnung entsteht. Die kollektiven Phänomene, die für eine Theorie journalistischen Handelns von Interesse sind, können stets von innen oder von außen betrachtet werden. Einerseits ist es dadurch möglich, von

dem Akteur oder der Akteurin als quasi kleinste Einheit in einem institutionalisierten Phänomen auszugehen, andererseits schafft eine Analyse der Inhalte, sprich der Handlungsebene, eine Perspektive, die sich am Handlungsergebnis orientiert (vgl. Bucher 2004: 264 f.).

Handlung kann hier zum einen als faktische Ereignisbeschreibung und zum anderen als Feststellung eines potentiell möglichen Ereignisses verstanden werden. Letztere Verwendung des Begriffes zielt auf eine Strukturorientierung ab und wird daher als Handlungsmuster bezeichnet.

Ein solches Handlungsmuster ist im Journalismus wie in anderen Bereichen nur im Rahmen eines bestimmten „Regelwerks“ nachvollziehbar (Bucher 2004: 272). Der Regelbegriff dient zum einen der Erklärung großer Konstrukte wie sozialem Handeln. Zum anderen kann man sich damit auch den RezipientInnen zuwenden, welche Medienbeiträge vor allem auch deswegen verstehen und zur Orientierung nutzen können, weil sie mit den grundlegenden Erscheinungsformen und Spielregeln des Journalismus vertraut sind. Insofern bildet der Regelbegriff als Verankerung journalistischen Handelns eine Verbindung zwischen Mikrostrukturen des kommunikativen Handelns und den Makrostrukturen, in denen diese eingebettet sind (vgl. Bucher 271 f.).

Vor allem mit dem Basisbegriff der Regel orientiert sich die journalistische Handlungstheorie an der Dynamik der Kommunikation und bleibt dadurch nicht auf der Mikroebene der AkteurInnen verhaftet (vgl. Bucher 2004: 284).

4 Mediale Selbstbeobachtung

*„Die Medien müssen Analysen zu ihrer eigenen Funktionsweise entwickeln, und sei es nur, damit wir alle erfahren, wie das Ganze läuft, und um daran zu erinnern, dass sie weder der Kontrolle, noch der Beobachtung, noch der Kritik entgehen. Das ist eine der wichtigsten Bedingungen, die die Medien erfüllen müssen, wenn sie das Vertrauen der Bürger zurückgewinnen wollen.“
(Ramonet 1999: 74)*

4.1 Terminologie

Da die Begriffe „Medienkritik“ und „Medienjournalismus“ oft in einer Gemengelage verwendet werden, was zu mangelnder Trennschärfe führen kann, sollen hier zunächst die relevanten Termini definiert und diskutiert werden. Sichtet man den Forschungsstand zur Selbstbeobachtung von Medien, fällt die oft beliebige, zumindest aber schwammig erscheinende Verwendung der Begriffe „Medienjournalismus“ und „Medienkritik“ für das selbe Phänomen auf (etwa bei Engels 2005a: 99).

Beuthner beklagt die „Definitions-falle“, die sich aus zu weiten Definitionsversuchen seitens der Praxis und der Kommunikationswissenschaft ergibt. Diese Diffusion entsteht nicht zuletzt aus den verschiedenen Erscheinungsformen von Medienjournalismus, der sich nicht zwingend in einem fixen Medienressort befinden muss (vgl. Beuthner 2005a: 83 f.).

Eine Typisierung des Medienjournalismus in fünf Teilbereiche verhilft zu analytischer Genauigkeit und Zuordnung der Phänomene (vgl. Beuthner 2005a: 85 f.):

- Journalismusjournalismus (siehe Unterkapitel 4.3)
- Medienmarktjournalismus
- Rezensionjournalismus
- Medienforschungsjournalismus
- Programmservice

Vor einer solch genauen Spezifizierung sollen hier aber zunächst die Termini Medienjournalismus und Medienkritik definiert werden. Zur Trennung der Nuancen der beiden Begriffe formuliert Hutter folgendes: „Medienjournalismus als mediale Selbstberichterstattung bezeichnet [...] die journalistische Berichterstattung *in* Medien *über* Medien. [...] Analog zum Begriff Medienjournalismus soll Medienkritik verstanden werden als Kritik an Medien in Medien.“ (Hutter 2007: 19; Hervorhebung im Original)

4.2 Medienjournalismus

4.2.1 Definition und Umriss

Medienjournalismus ist als „jedes journalistische Produkt, das Medien oder die betreffenden Sachverhalte, Ereignisse etc. thematisiert“ (Krüger; Müller-Sachse 1998: 16) zu definieren und kann damit in fast allen Medien vorkommen.

Die Probleme, die sich bei den Versuchen einer tiefergehenden Definition des Medienjournalismus ergeben, treten besonders beim Gegenstand desselben zu Tage. Bezieht sich der Medienjournalismus auf das „große Ganze“ oder doch nur auf simple Programmkritik? Zur Lösung dieser Frage wird eine umfassendere Definition der medienjournalistischen Praxis erwünscht. Der Medienjournalismus soll, idealistisch gesprochen, seine publizistische Autonomie verteidigen und Rückblicke in seine eigene Geschichte wagen (vgl. Beuthner; Weichert 2005b: 48 f.). Diese vollzieht sich offenbar in Konjunkturzyklen, die ihre Spitzen in Zeiten von Medienskandalen erreichen. Auch der zweite Irakkrieg und der 11. September bildeten Anlässe für verstärkte Beschäftigung mit Medienberichterstattung aus Sicht der Medienschaffenden selbst (vgl. Malik 2004: 16).

Nach dem Medienhype der neunziger Jahre, der auf die Entwicklung des Privatrundfunks und die deutsche Wiedervereinigung folgte, wird vielerorts ein Rückzug des Medienjournalismus diagnostiziert. In Deutschland verzichten „Die Zeit“ und weitere namhafte Redaktionen seit Jahren auf ein eigenes Medienressort (vgl. Lungmus 2005: 63). Medienberichterstattung wird dadurch gleichsam heimatlos und wechselt seine Positionen im Blatt genauso wie seine Betätigungsfelder, die im Moment hauptsächlich in der Fernsehberichterstattung und in der Medienwirtschaft zu finden sind.

Ohne feste Ressortverankerung muss der Medienjournalismus zwangsläufig Abstriche machen, sei es im Themenspektrum oder in der Tiefe der Themenbearbeitung (vgl. Lungmus 2005: 65). Sieht man Medienangelegenheiten als Querschnittsereignisse, die letztlich zu fast jedem Ressort passen, ist man auf der Ereignisoberfläche verhaftet. Aufgrund des unter 4.4.2.4 beschriebenen Institutionalisierungsproblems der Medienberichterstattung werden tiefer greifende Themen aus der Medienwirtschaft und der Medienpolitik häufig an andere Ressorts weitergereicht – wodurch man dem Anspruch der umfassenden Selbstthematisierung natürlich schwer gerecht wird (vgl. Beuthner; Weichert 2005b: 20).

Weiter können strukturelle Verstrickungen im Medienbereich, etwa durch Beteiligung des eigenen Verlages an berichterstattungswerten Ereignissen, zu Einschränkungen im Medienjournalismus führen. Stephan Ruß-Mohl spricht daher von einem „Journalismus unter erschwerten Bedingungen“ (Ruß-Mohl 2000b: 253).

Welche Faktoren funktionierenden Medienjournalismus erschweren, soll hier im Kapitel 4.4.2 erläutert werden. Zunächst gilt es, das definitorische Dilemma, das die Verwendung des Begriffes Medienjournalismus mit sich bringt, in Angriff zu nehmen. Schließlich umfasst der journalistische Themenbereich „Medien“ verschiedenste Bereiche der Medienkommunikation und beschränkt sich nicht nur auf Journalismus allein (vgl. Malik 2004: 23), wie der Terminus „Medienjournalismus“ nahelegt. Letzterer umfasst per definitionem nicht nur journalistische Thematisierung von Journalismus, sondern auch von Journalismusfernem wie die Rezension eines Fernsehfilms.

Unter der begrifflichen Prämisse des Medienjournalismus kann daher nicht präzise über Selbstthematisierung von medialer Berichterstattung gesprochen werden. Zusammenfassend ist eine Gleichsetzung von Journalismus und Medien als Themenbereiche zwar in Publikationen häufig aufzufinden, aber unzulässig (vgl. Malik 2004: 24).

4.2.2 Themenstruktur

Das Spektrum der Themen im Medienjournalismus ist breit gefächert und unterliegt keiner klar profilierten Definition, was nicht zuletzt an den Schnittmengen zu anderen Themenbereichen liegt.

Allgemein beschäftigt sich journalistische Berichterstattung über Journalismus mit Neuigkeiten und Besonderheiten aus dem Themenbereich (vgl. Malik 2004: 18) - und unterscheidet sich damit nicht von anderen „Fachjournalismen“. Service und Rezensionen bilden den Hauptteil der Medienbeobachtung, dazu kommen Branchenneuigkeiten und Programmvorschauen, die eine Orientierungsfunktion übernehmen (vgl. Beuthner; Weichert 2005b: 19). Veränderungen im Medien- und Nutzungsspektrum schlagen natürlich auch im Medienjournalismus durch: Der Hörfunk und die Berichterstattung darüber verlieren seit Jahrzehnten an Bedeutung. Das Fernsehen steht zwar aktuell im Zentrum des Medienjournalismus, mittlerweile geraten aber auch Online-Aspekte immer stärker in den Fokus (vgl. Bleicher 1997: 78).

Angelehnt an Siegfried Weischenbergs in der Journalismustheorie weit verbreitetes Zwiebelmodell dividiert Malik die Themenstruktur des Medienjournalismus in einander inkludierende Teilbereiche: Im Innersten der „Zwiebel“, dem **Rollenkontext**, thematisiert Medienjournalismus AkteurInnen wie JournalistInnen, MedienpolitikerInnen, SchauspielerInnen etc. Hierin fallen auch die Thematisierung von sozialen und politischen Einstellungen und der Sozialisation journalistischer AkteurInnen. Eine Abstraktionsebene höher werden im **Funktionskontext** Programminformationen und –kritik genauso wie etwa Darstellungsformen und Produktionsbedingungen thematisiert. Auch die Produktionsbedingungen und Recherchemethoden gehören thematisch zum Funktionskontext. Darauf aufbauend bezieht sich der **Strukturkontext** von Medienjournalismus auf Themen wie Werbung, Medientechnik und Ökonomie. Schlussendlich behandelt der Medienjournalismus im **Normenkontext** unter anderem Medienrecht, Ausbildung, Mediengeschichte sowie professionelle und ethische Standards (vgl. Malik 2004: 185 sowie Beuthner 2005:84), welche die Grundlage der Ausprägung von Medienkritik darstellen, die für diese Magisterarbeit zuvorderst relevant ist.

4.3 Journalismusjournalismus

Als Modellversuch eines tragfähigen theoretischen Unterbaus journalistischer Selbstthematisierung hat sich das Konzept des Journalismusjournalismus herauskristallisiert. Malik definiert dieses journalistische Subsystem (das Konzept gliedert sich in Luhmannsche Denkparadigmen ein) als Teilmenge des Medienjournalismus (vgl. Malik 2004: 184) abzüglich all jener Bestandteile von Medienberichterstattung über Medien, welche Nicht-Journalistisches thematisieren. Demnach konstatiert lediglich der Begriff Journalismusjournalismus die eigentliche Selbstthematisierung des Journalismus (vgl. Malik 2004: 186).

Für Journalismusjournalismus sind folgende Inhalte kennzeichnend (vgl. Malik 2004: 134 f. sowie Beuthner 2005a: 85):

- Gesellschaftliche Funktion des Journalismus (Makroperspektive)
- Journalistische Subsysteme und deren Operationen
- Journalistische Organisationssysteme
- Medienangebote
- Selektionsmechanismen im Journalismus
- AkteurInnen
- Umweltbeziehungen des Journalismus

Zusammenfassend gesagt bietet das Konzept des Journalismusjournalismus eine trennscharfe analytische Trennung der selbstreflexiven Berichterstattung von Medien vom Terminus des Medienjournalismus. Letzterer „**kann**, muss aber nicht Journalismus thematisieren“ (Malik 2004: 187, Hervorhebung im Original). Daher bereichert der Begriff des Journalismusjournalismus den Forschungsstand um eine analytisch enger gespannte Teilmenge. Dennoch zeigen sich durch den systemtheoretischen Hintergrund des Konzepts Probleme in der Operationalisierung, die durch das hohe Abstraktionsniveau der Systemtheorie generell und ihrer Aussparung der AkteurInnenrelevanz bedingt sind.

Auf institutioneller Ebene wird die fehlende selbständige organisatorische Institutionalisierung des Journalismusjournalismus beklagt (vgl. Malik 2004: 179). Diese Konzeption erscheint in Bezug auf die empirisch zu untersuchenden Fallbeispiele als nicht durchgehend zutreffend. Denn gerade der „Bildblog“ ist mit mehr als 40.000 NutzerInnen

pro Tag (vgl. Mayer et al. 2008: 5) wohl durchaus als selbständig institutionalisiert zu betrachten. Insofern ist das Zentrum des Forschungsproblems – die exklusive Kritik spezifisch an Boulevard- und Qualitätsleitmedien – auch in Maliks aufschlussreichem Theoriekonzept noch nicht zufriedenstellend gelöst.

4.4 Medienkritik

„Kontrastmittel und Gegengift in einem“ nennt Bucher die publizistische Medienkritik – sie macht Normverstöße öffentlich und mindert dadurch ihren Schaden (vgl. Bucher 2003: 25).

Je nach Sachbezug kann Medienkritik entweder global als Bewertung von Massenmedien vor dem Hintergrund einer Gesellschaftskritik, die sich mit den Folgen von Massenkommunikation auseinandersetzt, betrachtet werden – oder als Bezugnahme auf einzelne Medienphänomene im Rahmen des oben definierten Medienjournalismus (vgl. Alsdorf 2007: 7). Diese Einordnung von Medienkritik als Subbereich des Medienjournalismus wird von Fengler geteilt (vgl. Fengler 2002: 12). Medienkritik wird zudem oft als Synonym zur Medienberichterstattung verstanden und bezeichnet dann die „umfassende Medieninformation und Medienkritik als einander bedingende Dimensionen“ (Malik 2004: 180, vgl. auch Krüger; Müller-Sachse 1999: 138). Schmidt modelliert den Terminus „Medienkritik“ als reflexive Thematisierung von Routineprozessen durch potentiell alle, die am Medienprozess beteiligt sind.

In der Praxis kann Medienkritik als Beobachtung, Beschreibung und Bewertung von, in und mit Medien auftreten. Demnach gibt es keine Position „außerhalb“ – obwohl sich Medienkritik in zwei Spielarten darstellen kann: als Selbst- oder Fremdbeobachtungssetting (vgl. Schmidt 2005: 22 f.). Diese Reflexivität des medienkritischen Diskurses betont auch Hickethier. Medienkritik sei als Diskurs zu beschreiben, in dem nicht nur über Medien und Medienprodukte, sondern letztlich auch über den Zustand der Gesellschaft verhandelt wird. Das „argumentative Reden über die Medien“ ist demnach als Grundlage für das Selbstverständnis der ProduzentInnen und der NutzerInnen zu sehen (Hickethier 1997: 60 f.).

Während Medienkritik in Zeiten der Etablierung des Fernsehens mehr als feuilletonistische Textform verstanden wurde, die mit Kriterien der Ästhetik und oft auch der Kulturkritik TV-Programme in Printmedien thematisierte, ist die Definition des Begriffs heute breiter angelegt. Das Spektrum reicht von der klassischen Werkanalyse über NutzerInnenservice, Verkaufsförderung und die bereits angesprochene Kulturkritik (vgl. Hallenberger; Nieland 2005a: 8). Mit dieser Differenzierung geht auch eine thematische Expansion einher (vgl. Engels 2005b: 405). Die heute existierenden Formen publizistischer Medienkritik werden in Kapitel 4.4.4 erörtert.

Aus der Sicht des kommunikationswissenschaftlichen Forschungsstandes wird konstatiert, dass öffentliche medienkritische Debatten oft ungleich heftiger geführt werden, als sie durch wissenschaftliche Klärung untermauert sind (vgl. Bucher 2003: 12). KommunikatorInnenstudien in diesem Bereich sind bis in die neunziger Jahre hinein selten aufzufinden und beziehen sich größtenteils auf reine Fernsehkritik (vgl. Engels 2005b: 398). Die Kommunikationswissenschaft neigt bis auf einige Ausnahmen dazu, Medienkritik in systemtheoretischer Luhmann-Diktion zu beschreiben. Neben den generellen forschungsbezogenen Argumenten, die gegen die Anwendung dieses Paradigmas sprechen, muss auch konstatiert werden, dass sich die AkteurInnengruppen in der Medienberichterstattung hinsichtlich ihres Selbstverständnisses und ihrer Ressortzugehörigkeit sehr ausdifferenziert haben (vgl. Engels 2005b: 407) – was wiederum gegen das Versteifen auf das Moment der Selbstreferenz und der daraus begründeten puren Anwendung der Systemtheorie auf das Feld der Medienkritik spricht.

Wählt man eine Betrachtungsperspektive von den RezipientInnen aus, so kann Medienkritik als Ergänzung von Individualkommunikation, also dem persönlichen Austausch über die eigene Mediennutzung verstanden werden, dadurch, dass sie auf ein disperses Publikum gerichtet ist (vgl. Bleicher 1997: 77). Ein weiteres zentrales Merkmal der Medienkritik ist die ihr innewohnende Nachzeitigkeit (vgl. Bucher 2003: 24). Korrekturmöglichkeiten seitens der LeserInnen – seien es bloße LeserInnenbriefe oder juristisch durchgesetzte Richtigstellungen – sind stets zeitlich der Medienberichterstattung, die sie kritisieren, nachgeordnet (vgl. Alsdorf 2007: 27).

In Bezug auf den Forschungsgegenstand der Arbeit bleibt zu bedenken, dass Medienkritik via Blogtechnik die Nachzeitigkeit wohl etwas abschwächt, wenn sie sie auch nicht ganz

eliminieren kann. Dennoch können Blogs zumindest theoretisch weitaus schneller auf aktuelle Anlassfälle zur Kritik reagieren als Printmedien.

4.4.1 Hackende Krähen? – Journalistische Medienkritik

Journalistische Medienkritik findet sich mit unterschiedlich breiter RezipientInnenschaft im Fernsehen, in der aktuellen Presse, im Hörfunk, in Branchendiensten, Fachzeitschriften und im Online-Bereich. Als quantitative Dimension ermittelten Krüger und Müller-Sachse die Zahl von 200 bis 300 JournalistInnen, die sich ausschließlich mit Medienthemen befassen und einen gewissen ExpertInnenstatus besitzen (vgl. Krüger; Müller-Sachse 1998: 17). Diese zahlenmäßige Einschätzung gilt auch heute noch als zutreffend, wenngleich sich die Tätigkeitsfelder der MedienkritikerInnen ausdifferenziert haben (vgl. Engels et al. 2005: 529).

Auf gemeinhin bekannte Ergebnisse der KommunikatorInnenforschung zu journalistischen Rollenselbstbildern soll hier nicht weiter eingegangen werden. Allerdings: Das Selbstverständnis von MedienkritikerInnen im Journalismus ist abhängig vom jeweiligen Publikationsmedium und von der Generationszugehörigkeit (vgl. Krüger; Müller-Sachse 1998: 205). Das oftmals postulierte Funktionieren der Medienberichterstattung als „fünfte Gewalt“ wird in der deutschen Praxis oft skeptisch beurteilt, wenn nicht gar abgelehnt (vgl. ebd.: 205 f. sowie Engels 2005b: 416). Am ehesten sehen sich MedienkritikerInnen als „neutrale Vermittler zwischen den Medien-Welten“ (Krüger; Müller-Sachse 1998: 214 f.); die Extreme bilden Selbstkonzepte als „Metajournalist“ oder „Wadenbeißer“ (Engels 2005c: 478).

Anhand der Publikationsmedien, aber auch der Publika, die hier nachfolgend diskutiert werden, hat sich die Medienkritik funktional ausdifferenziert.

Das **Fernsehen** als Aktionsraum der Medienkritik ist überschaubar bis inexistent. TV-Medienmagazine wie „Parlazzo“ im MDR und „Canale Grande“ auf VOX sind mittlerweile eingestellt worden. Lediglich im Crititainment-Bereich (siehe 4.4.3.1) finden sich Sendungen wie „TV Total“ und „Talk Talk Talk“, die als ernsthaft medienkritische Foren allerdings vernachlässigbar sind.

Der **(tages-)aktuelle Printbereich** vereint die Potentialitäten kompetenter Auseinandersetzung medialer Gegebenheiten, eines breiten Publikums sowie weit gehender Unabhängigkeit. Aktuelle Trends weisen aber auf die Verdrängung rezensierender Kritik durch ankündigenden Programmservice hin (vgl. Engels 2005a: 112). Ökonomisierungsdruck und das oben erläuterte Institutionalisierungsproblem tun ihr übriges.

Der **Hörfunk** bietet einige regelmäßige Medienmagazine wie „Markt und Medien“ auf DLF oder „Töne, Texte, Bilder“ auf WDR 5. Aufgrund ihres hohen Wortanteils und der generellen Abseits-Stellung des Hörfunks finden sie aber geringe Beachtung (vgl. Wehmeier; Bentele 2000:14).

Branchendienste wie „epd medien“ oder der Medienbereich etwa der „dpa“ dienen vor allem Printmedien als Recherchequellen für ihre Medienthemen.

Fachzeitschriften wie das Branchenblatt „journalist“ und wissenschaftliche Publikationen wie „Rundfunk und Fernsehen“ oder „message“ versorgen hauptsächlich die wissenschaftliche Community und die PraktikerInnen selbst mit Novitäten aus dem Fach. Für ein LaiInnenpublikum sind sie weniger von Interesse (vgl. Wehmeier; Bentele 2000: 17). Nichtsdestotrotz wird ihnen ein hohes medienkritisches Potential eingeräumt, da sich in Fachmedien naturgemäß spezialisierte Kompetenz bündelt (vgl. Engels 2005a: 111).

Außer Acht gelassen werden soll hier die große Masse von TV-Programmzeitschriften, da sie abseits von Star-Personality-Themen kaum ernsthafte Medienberichterstattung betreiben, sondern rein im Service anzusiedeln sind. Das Verhältnis zwischen TV-Sendern und der Programmpresse wird als symbiotisch beschrieben, die Affinität zur PR ist hier besonders hoch (vgl. ebd.: 110)

Der **Online-Bereich** hingegen bietet eine stetig wachsende Zahl von Publikationen, die Medienberichterstattung mehr oder minder regelmäßig betreiben. Als Pionier ist der „Kress-Report“ zu nennen, der parallel zur Print-Fachzeitschrift die Internet-Plattform www.kress.de mit Informationen bestückt (vgl. Wehmeier; Bentele 2000: 16 f.). Jüngere Online-Fachmedien sind www.perlentaucher.de, www.onlinejournalismus.de, www.medienrauschen.de oder Watchblogs wie die hier untersuchten www.bildblog.de und www.spiegelkritik.de sowie www.zeit.de/meckern. Diese Online-Medien gewinnen zudem

immer mehr an Relevanz für den Printbereich der Medienkritik, zum einen als Quelle für die eigene Berichterstattung, zum anderen als kritischer Spiegel (vgl. Engels 2005c: 500) – quasi zur Selbstbeobachtung aus anderer, aber dennoch nicht fremder Hand.

4.4.2 Problemfelder journalistischer Medienkritik – Erschwerte Bedingungen

Hier soll nun eine konkrete Annäherung an die spezifischen Gegebenheiten der Medienkritik, die die Wissenschaft von „Journalismus unter erschwerten Bedingungen“ (Ruß-Mohl 200b: 253) sprechen lassen, stattfinden.

4.4.2.1 Kompetenz

Gegenüber alltäglicher LaiInnenkritik besitzen professionelle JournalistInnen natürlich den Vorteil der Fachkompetenz, mit der sie Medienprodukte unter die Lupe nehmen können. Desiderabel erscheint eine Medienkritik aus JournalistInnenhand vor allem deshalb, weil sie aus jenen Kriterien entsteht, die der Beruf an sich selbst stellt (vgl. Karmasin 2006: 129 f.). Daher ist zu erwarten, dass die KontrolleurInnen mehr Wissen und Kompetenz haben, als diejenigen, welche sie kontrollieren. Erforderlich ist eine hohe Schnittmenge von Sach- und Fachkompetenz. Während sich erstere auf „handwerkliches“ Wissen über den Journalismus bezieht, betrifft die Fachkompetenz Kenntnisse der Medienökonomie, des Medienrechts und der Medienpolitik. Zudem sind von einer in der Medienkritik tätigen Person großes Autonomiebewusstsein und Reflexionsfähigkeit zu erwarten. Diese Desiderate fallen in die journalistische Kompetenz der sozialen Orientierung (vgl. Beuthner 2005a: 79)².

4.4.2.2 Interessenskonflikte

Gewissermaßen sitzt die Medienkritik in einem Glashaus, auch in Hinblick auf die nachfolgend beschriebenen an sie herantretenden Interessen (vgl. Beuthner; Weichert 2005a: 50). Ihre Bereitschaft, „Steine zu werfen“, wird auf verschiedene Weise beurteilt.

² Beuthner bezieht sich hier auf die von Weischenberg, Altmeyen und Löffelholz vorgenommene Unterscheidung der vier journalistischen Kompetenzbereiche Sach-, Fach- und Vermittlungskompetenz sowie soziale Orientierung (Weischenberg, Siegfried; Altmeyen, Klaus-Dieter; Löffelholz, Martin (1994): Die Zukunft des Journalismus; Opladen: Westdeutscher Verlag).

Grundsätzlich steht die Medienkritik im Wirkungsfeld dreier Interessensbereiche: **Organisationsinteressen** beschreiben den Umgang mit den Interessen des Verlags, die fallweise durch Cross-Ownership an anderen Unternehmen verschärft werden. MedienberichterstatterInnen befinden sich hier oft in einem Rollenkonflikt zwischen ihrem Dasein als ArbeitnehmerInnen und jenem als JournalistInnen, die transparent arbeiten sollen. Gerade bei einer hohen Marktkonzentration wird unabhängige Medienberichterstattung zum schwierigen Unterfangen (vgl. Fengler 2002: 14). Das Medienressort wird von Unternehmensseite zum Teil als Möglichkeit zur kostengünstigen Eigenwerbung verstanden (vgl. Hutter 2007: 19).

Organisationsfremde Interessen charakterisieren den Einfluss von PR-Aktivitäten im Bereich der Medienberichterstattung (vgl. Engels 2005a: 107 f. sowie Engels 2005b: 422). Dieses Geflecht aus AkteurInneninteressen übt strukturelle Zwänge auf den Einzelakteur beziehungsweise die Einzelakteurin aus. In deren Zusammenspiel bilden sich Regeln und Ressourcen der Medienberichterstattung (vgl. ebd.: 397).

Zudem gilt es, die **Eigeninteressen** der JournalistInnen zu untersuchen: Während von intrinsischer Seite oftmals das Wirken als „Anwalt des Publikums“ die Arbeit als MedienjournalistIn dominiert, beeinflusst von extrinsischer Seite neben dem Wunsch nach materieller Sicherheit jener nach sozialer Anerkennung durch KollegInnen das medienkritische Schaffen (vgl. Fengler 2002: 90 f. sowie Engels 2005a: 108). Genau diese spezielle Ansiedlung von Medienkritik zwischen „Nestbeschmutzung“ und moralischem Anspruch an Journalismus, der Unabhängigkeit und Distanz zum Gegenstand erfordert, ist ein Problemfeld, das näher beleuchtet werden muss. Bezeichnend ist das Ergebnis einer Studie, in der nicht wenige befragte MedienjournalistInnen konstatieren, es sei nicht die Aufgabe des Journalismus, kritisch über das eigene Haus zu berichten (vgl. Engels 2005b: 513).

In einer Studie zur Moral im Journalismus konstatiert Karmasin, in der Regel seien keine „Helden der Aufklärung“ zu erwarten. „Einen besonderen Grad an Unangepasstheit, Unbestechlichkeit und Moral zu erwarten oder gar zu verlangen, ist illusorisch.“ (Karmasin 2005: 34).

4.4.2.3 Distanzproblem - Zwischen Sippenhaft und KollegInnenschelte

Eine Krähe hackt der anderen kein Auge aus – die KollegInnenorientierung in der Medienkritik wird im Forschungsstand vielfach problematisiert (vgl. etwa Beuthner 2005b: 49; Ruß-Mohl 1996: 106; Ruß-Mohl 1997: 199). Das auf soziale Schließungsprozesse beruhende Prinzip, dass eine Krähe der anderen kein Auge aushackt, steht in scharfem Kontrast zu dem Postulat der Kontrolle durch Medienberichterstattung (vgl. Engels 2005: 109). Die Medienberichterstattung betreibende Person befindet sich in einem Rollenkonflikt: Zum einen soll sie als unabhängige Beobachtungsinstanz wirken, zum anderen wird sie als BerufskollegIn wahrgenommen (vgl. Beuthner; Weichert 2005b: 21).

Einer Befragung US-amerikanischer MedienjournalistInnen zufolge herrschen starke Skrupel, wenn es um die Thematisierung von eventuellem Fehlverhalten seitens der KollegInnenschaft geht (vgl. Fengler 2002: 248). Selbiges konstatieren Krüger und Müller-Sachse anhand der Born-Affäre auch für die deutsche Medienberichterstattung (vgl. Krüger; Müller-Sachse 1998: 235) und auch Kepplinger sieht eine mangelnde Bereitschaft zur KollegInnenkritik (vgl. Kepplinger 1993: o.S)³.

Der Vorwurf, Medienkritik habe stets einen „blinden Fleck“, der auch die Konkurrenz mit einschließe und neige zur Selbsttabuisierung, steht schon seit den siebziger Jahren im Raum. „Totschweigen oder verunglimpfen“ – diese polarisierte Diagnose medienkritischer Vorgangsweisen zeigt die Tragweite des Problems (Ruß-Mohl 2000b: 253).

Auch der Befund, dass das Branchenecho im Medienjournalismus zum großen Teil das Publikumsfeedback ersetze (vgl. Fengler 2002: 267), macht wenig Hoffnung auf die Einhaltung einer „gesunden“ Distanz zum Thema im Bereich der Medienkritik. Für AkteurInnen der Medienkritik ergibt sich im Besonderen ein Rollenkonflikt daraus, dass sie nach außen hin als unabhängige BerichterstatteInnen wirken möchten, intern jedoch in erster Linie als KollegInnen wahrgenommen werden. Dysfunktional für die Medienberichterstattung wird dieser Konflikt dann, wenn die Medienberichterstattung das Interesse einer breiteren (LaiInnen-)LeserInnenschaft ausklammert und zuvorderst für KollegInnen schreibt, sprich „ausschließlich das Klatschbedürfnis des eigenen Berufsstands bedient“ (Beuthner; Weichert 2005b: 21).

³ Zit. nach Engels 2005b: 418

Im Kontrast dazu sieht Karmasin eine Tendenz zur KollegInnenschelte in der Medienkritik. Als „Paradoxon der Selbstbeobachtung“ beschreibt er den Umstand, dass sich auch mit besonderer Fachkompetenz in Hinblick auf Medienphänomene ausgestattete MedienkritikerInnen beim Beobachten nicht selbst beobachten können. Daraus entstehe die Begrenzung der Medienkritik auf Kritik der Konkurrenz (vgl. Karmasin 2006: 129).

4.4.2.4 Institutionalisierungsproblem

Medienberichterstattung gilt als junges Ressort, das seine Blütezeit im Medienboom der neunziger Jahre erlebte, als, einem „integrativen Ansatz“ folgend, viele Redaktionen Medienthemen auf einer Seite gebündelt einführten (vgl. Ruß-Mohl 1997: 200). Allerdings hat sie heute oft einen Status als „Nebenbei-Ressort“ oder „Querschnittsaufgabe“ ohne feste Verankerung im Blatt. Diese schwache Institutionalisierung ist ein Grund für die fehlenden Verbindlichkeiten in der Ausbildung zur Medienberichterstattung, was oftmals mit mangelnder Qualifikation gleichgesetzt wird (vgl. Engels 2005b: 403 sowie Krüger; Müller-Sachse 1998: 204). In RedakteurInnenbefragungen tritt immer wieder zu Tage, dass das Gros der MedienberichterstatteInnen mehr oder minder zufällig zum Ressort fand (vgl. Engels 2005: 102; vgl. auch Krüger; Müller-Sachse: 18) und dort auch nicht unbedingt konstant verhaftet ist. Medienberichterstattung gilt als Durchgangsstation, auch ein Umstieg in die Public Relations kommt nicht selten vor (vgl. Engels 2005a: 102; vgl. auch Ruß-Mohl 2000b: 253).

Zudem wird eine gewisse Deprofessionalisierung seit der Medienkrise zu Anfang des Jahrzehnts und der damit verbundenen Rotstift-Politik in den Medienressorts konstatiert (vgl. Lungmus 2005: 73 sowie Engels 2005b: 520). Außerdem wird auch eine mangelnde Bereitschaft dazu festgestellt, den InsiderInnenkreis von InteressentInnen an Medienberichterstattung aufzubrechen und Medienthemen einem größeren Publikum zugänglich zu machen, konstatiert (vgl. Beuthner; Weichert 2005b: 22). Dies korrespondiert wiederum mit dem vorher diskutierten Distanzproblem.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass sich die Problemfelder der Medienkritik fast gänzlich auf das grundsätzliche Dilemma der Medien, der doppelten Rationalität, zurückführen lassen. Medienprodukte folgen einerseits einer publizistischen Logik, müssen sich andererseits aber auch zunehmend einer ökonomischen Logik unterordnen (vgl. etwa

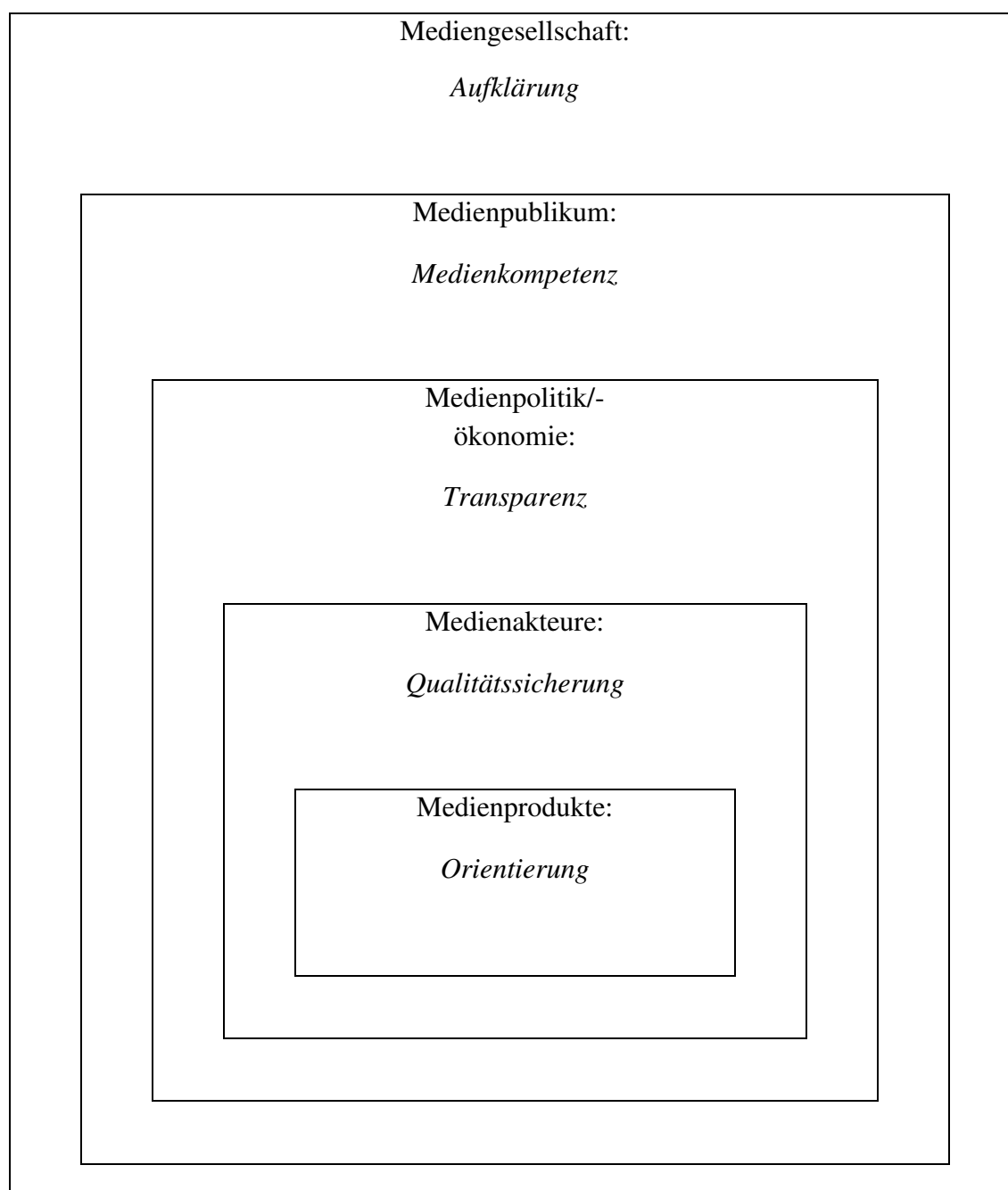
Hutter 2007: 19). Wie sich die hier skizzierten Probleme im Online-Bereich zeigen, wird unter Kapitel 5.2.1 erläutert.

4.4.3 Funktionen der Medienkritik

Medienkritik besitzt – abhängig vom jeweiligen Kontext – verschiedene Funktionen und Bezugssysteme (vgl. Kübler 2006: 33). Kann ihr also eine genuine übergeordnete Aufgabe zukommen? Zunächst einmal bedeutet Medienkritik aus journalistischer Feder die Selbstbeobachtung des Medienbereiches. MedienberichterstatterInnen sollen idealiter die Strukturen, Prozesse und Gesetzmäßigkeiten der Medienbranche bewusst machen (vgl. Lungmus 2005: 65). Krüger und Müller-Sachse sehen die Funktion (hier wörtlich zwar des Medienjournalismus) in der Thematisierung aller im Mediensektor relevanten Handlungsbereiche (vgl. Krüger; Müller-Sachse 1998: 76).

Den MedienkritikerInnen kommt quasi die Aufgabe der „Beobachtung der Beobachter“ zu. Der Terminus der Selbstbeobachtung stammt zwar aus der Diktion der Systemtheorie, als übergeordnetes Ziel der Medienkritik leuchtet sie aber auch unter anderen theoretischen Vorzeichen ein: Eine Selbststeuerung ist daher wünschenswert, als dass die Kriterien, die eine Profession an sich selbst stellt, nicht von außen herangetragen werden können. Karmasin fordert daher, dass die Medienorganisationen der Selbstbeobachtung mehr Platz einräumen (vgl. Karmasin 2006: 138). Das Problem, das der Selbstbeobachtung innewohnt, ist, dass die Medienkritik keine Position außerhalb des „*inner circle*“ einnehmen kann. Sie steht **innerhalb** des Medienbetriebs vor dieser Aufgabe – deshalb wird vielfach von den „blinden Flecken“ der Medienberichterstattung gesprochen (Beuthner; Weichert 2005b: 16). Die kritische Selbstbeobachtung der eigenen Arbeit stellt MedienberichterstatterInnen oft vor Probleme (siehe Kapitel 4.4.2), sie stellt aber eine Aufgabe dar, die auch von den von außen beobachtenden Medien nicht gänzlich gelöst werden kann (vgl. Bleicher 1997: 78).

Abgesehen vom Generalziel der Selbstbeobachtung besitzt die Medienkritik verschiedene Zielebenen:

Abb. 1: Funktionsebenen der Medienkritik**Funktionsebenen der Medienkritik (adaptiert nach Beuthner; Weichert 2005b: 19)**

Im Kern steht die Ebene der **Medienprodukte**. Hier soll Medienkritik durch klassischen Service und inhaltsbezogene Produktkritik Orientierung verschaffen (vgl. Beuthner; Weichert 2005a: 47; vgl. weiter Beuthner; Weichert 2005b: 19 und Weiß 2005: 18).

Übergeordnet ist die Funktionsebene der **MedienakteurInnen**, Praxis und Kommunikationswissenschaft postulieren hier den Zweck der Qualitätssicherung im

Journalismus (vgl. Beuthner; Weichert 2005b: 19) und der Verbesserung der Medienqualität (vgl. Beuthner; Weichert 2005a: 47) sowie des korrektiven Einwirkens auf den eigenen Berufsstand (vgl. Lungmus 2005: 65). Medienkritik setzt also aus sich selbst heraus Normen und stellt Ansprüche an die Branche (vgl. Fengler 2002: 12 sowie Hickethier 1997: 62). Bei den ProduzentInnen soll Medienkritik für professionsinterne Verständigung sorgen und fungiert in diesem Fall als Musterbeispiel sozialer Anschlusskommunikation (vgl. Weiß 2005: 18).

Die Ebene der **Medienpolitik** und der **Medienökonomie** baut auf die AkteurInnenebene auf. Zweck der Medienkritik ist es in diesem Verständnis, Transparenz im oft schwer zu durchschauenden Medienbereich herzustellen (vgl. Beuthner 2005b: 19). Zudem sollen Wechselwirkungen und Zusammenhänge der Medien zu Politik oder dem Kulturbereich offengelegt werden (vgl. Lungmus 2005: 65). Medienkritik kann der Politik allerdings auch als argumentatives Rückgrat dienen, wenn es um die Verhandlung medienspezifischer Themen geht (vgl. Weiß 2005: 19).

Der Funktionsbereich bezüglich des **Medienpublikums** zielt auf die Vermittlung von Medienkompetenz in Bezug auf die RezipientInnen ab (vgl. Beuthner; Weichert 2005a: 47 f.; vgl. Beuthner; Weichert 2005b: 19). Zudem soll Medienkritik durch regelmäßige Berichterstattung einen Kontext schaffen, der es RezipientInnen ermöglicht, Entwicklungen einzuordnen (vgl. Fengler 2002: 12).

Auf der Funktionsebene der **Mediengesellschaft** dient die Medienkritik im Idealfall des theoretischen Modells der gesellschaftlichen Aufklärung (vgl. Beuthner 2005b: 19 f.).

Wie die Ebenendarstellung von Beuthner und Weichert zeigt, erfüllt die Medienkritik nur auf den unteren drei Ebenen eine konkret die Praxis kontrollierende Funktion. Hierin fällt auch das im Forschungsstand weit verbreitete Desiderat, Medienkritik solle als „fünfte Gewalt“ der demokratischen Ordnung wirken, in dem sie die „vierte Gewalt“, die Medien, kontrolliert. Medienkritik soll demnach als „Seismograph des eigenen Berufsstands“ fungieren (vgl. Bolesch 1997: 137). Malik negiert das Potenzial der Medienkritik als fünfte Gewalt: Aufgrund des in der journalistischen Rationalität verankerten Selbstschutzes sei es unwahrscheinlich, dass Selbstkritik „in aller Öffentlichkeit“ stattfinde. Vielmehr werden in Fachmedien und auf Tagungen intern reflektiert, wodurch natürlich das öffentliche Druckpotenzial der Medienkritik zu bezweifeln sei (vgl. Malik 2004: 192).

Die im oben beschriebenen Funktionsmodell über der Berufspraxis liegenden Ebenen verkörpern Zielvorstellungen für die Medienkritik seitens der Wissenschaft, die auf den normativen Begriff der Öffentlichkeit fußen (vgl. Weiß 2005: 19) und auf kompetente, mündige Bürger in einer demokratischen Gesellschaft abzielen.

4.4.3.1 Crititainment

Als Effekt der Medialisierung der gesellschaftlichen Kommunikation tritt auf der Ebene der Medienprodukte vielerorts eine Betonung unterhaltender Elemente ein – ein Thema, das die Kommunikationswissenschaft vielfach aufgreift. Da anzunehmen ist, dass dieser Zusammenhang auch für das Phänomen der Medienkritik gilt, sofern sie zumindest theoretisch einem breiten LeserInnenkreis zugänglich ist, müssen in der theoretischen Auseinandersetzung Einflüsse der Unterhaltungstendenz auf die Funktionen der Medienkritik dargelegt werden.

Crititainment gilt als ein dem VerbraucherInnenschutz gegenübergestellter Pol der Medienkritik. Nach marktökonomischen Kriterien bindet Crititainment die kritische Beschäftigung mit Medienangeboten in den Unterhaltungskomplex ein (vgl. Hallenberger; Nieland 2005b: 289 ff.). Was den medienkritischen Phänotyp des Crititainments auszeichnet, ist seine Reduktion auf nicht begründbare Geschmacksurteile. Durch diese subjektive Herangehensweise besteht die Gefahr, dass die Kritik an Medien und ihren Produkten den Kontext verliert (vgl. ebd.: 395).

Der Aspekt des Crititainments ist für diese Arbeit dahingehend von Interesse, dass sich gerade beim „Bildblog“ mit seinen hohen NutzerInnenzahlen eine Vielzahl unterhaltender Elemente findet. Ein Beispiel für ein typisches Stilmittel, das sich beim „Bildblog“, aber auch in anderen Blogs findet, sind Wörter, die im Lauftext zwar durchgestrichen, aber dennoch lesbar sind. Meist handelt es sich dabei um moralische Urteile, bei denen dem kritisierten Medium etwas unterstellt wird, was nicht direkt nachweisbar ist. Durch solche Stilmittel können die Blogs Meinung vermitteln, ohne sich direkt dem Geruch der journalistischen Unprofessionalität auszusetzen.

Zwar schließen gesellschaftliche Relevanz und Unterhaltungswert einander nicht aus, dennoch kann eine Überprüfung des Forschungsgegenstandes auf das in der

Kommunikationswissenschaft noch wenig wahrgenommene Konstrukt des Crititainments hin interessante Perspektiven eröffnen.

4.4.3.2 Kulturelle Distinktion

Rekurriert man die möglichen Funktionen publizistischer Medienkritik zurück auf das Rollenselbstverständnis der ProduzentInnen, fällt das Konstrukt der kulturellen Distinktion ins Auge. Zurückgreifend auf Bourdieu zeigt Weßler auf, dass kulturelle Differenz beständig durch Distinktion hergestellt wird. Diese lässt sich vermehrt durch die Mediennutzung nach außen hin zeigen. Die Medienkritik läuft demnach Gefahr, durch Urteile über Medienprodukte und Gattungen schnelle Distinktionsgewinne zu realisieren (vgl. Weßler 1997: 21 f.).

In Bezug auf die hier zu untersuchenden Fallbeispiele wäre es denkbar, dass die kulturelle Distinktion, vor allem die Distanzschaffung zur „Bild“-Zeitung, für die AkteurInnen durchaus eine Rolle spielt. Genauer untersuchen ließe sich diese Vorannahme jedoch nur mit einer tiefergehenden Befragung.

4.4.4 Formen

Die Erscheinungsformen von Medienkritik sind stets durch die Gegebenheiten des Mediums, in der diese stattfindet, charakterisiert. Letztendlich wirkt auch die RezipientInnenstruktur prägend für die medialen Erscheinungsformen von Medienkritik (vgl. Bleicher 1997: 78). Zusätzlich ist zu sagen, dass sich alle Kritikformen wechselseitig beeinflussen: Grundsätze und Fragen der Medienkritik fließen in jede Form mit ein (vgl. Hickethier 1997: 66). Bei den Phänotypen von Medienkritik ist grundsätzlich zwischen intermedialer und medieninterner Kritik zu unterscheiden.

Intermediale Kritik als wechselseitige Beobachtung ist als Normalform anzusehen. Sie tritt entweder als Vorabkritik, wie sie vor allem im TV-Bereich zu finden ist, auf, oder betreibt im nachhinein Berichterstattung über mediale Produkte (vgl. Bleicher 1997: 79), wie es auch im Print-Bereich möglich ist. Klassischer Programmservice, wie nachfolgend unter 4.4.5.2 erläutert, tendiert zu einem eher reduktionistischen Verständnis von Medienkritik. Neben der Auflistung des TV- und Hörfunkprogrammes sind hier

Kurzinhalte und Kritiken, typischerweise mit Punktevergabe in Skalen, zu finden (vgl. Beuthner 2005: 88). Teils finden sich auch ganze Werkkritiken, vor allem in Medienfachdiensten und Fachzeitschriften, die Beiträge zum Opus einzelner journalistischer Persönlichkeiten vorlegen (vgl. Bleicher 1997: 80).

Medienkritik war und ist traditionellerweise wie die Literaturkritik auch im Feuilletonbereich der Qualitätspresse beheimatet. Abgesehen von einigen KritikerInnenpersönlichkeiten vergangener Zeiten⁴, die sich zum gesellschaftlichen Einfluss der Medien auch allgemein äußerten, war die ästhetische Kritik einzelner Medienprodukte vorherrschend. Unter den Einflüssen der Einführung des dualen Rundfunksystems wandelten sich die medienkritischen Erscheinungsformen grundlegend. Ging es bislang fast ausschließlich um Fernsehen, wird die Medienberichterstattung jetzt auf Aspekte der Medienökonomie und der Medienpolitik ausgeweitet (vgl. Beuthner 2005: 87).

Formal sind hier die Formatkritik und die Senderkritik zu nennen. Formate als „senderübergreifende Physiognomien der Programme“ (Bleicher 1997: 81) werden im Zuge der Quotenorientierung und Ökonomisierung des Fernsehens stärker zur Zielscheibe der Medienkritik. Überträgt man dies auf den Printbereich, ist Kritik beispielsweise an Fotostorys mit Prominenten oder leicht einzufärbenden „Meinungsumfragen“ im Boulevardbereich denkbar.

Senderkritik bezieht sich im TV-Bereich auf Themen wie Personalpolitik und Programmplanung (vgl. Bleicher 1997: 81). Auf den Printbereich umgelegt ist hier Kritik etwa an Cross-Promotion von Verlagen zu nennen.

Auch **medieninterne Kritik** als zweites formales Standbein ist in die jeweiligen medialen Vermittlungsformen eingebunden. Während man in den sechziger Jahren noch technikhörig die Erfolgsgeschichte des Fernsehens dokumentierte, etablierten sich später TV-Diskussionssendungen wie die medienkritische Sendereihe „Glashaus“ auf WDR, die zumindest theoretisch auf Aufklärung und Erhöhung der Medienkompetenz der NutzerInnen ausgerichtet waren. Mit der Etablierung des Privatfernsehens gingen diese Bemühungen wieder unter, Medienkritik fand sich in der Einbindung in einen

⁴ Zu nennen sind hier etwa Ludwig Börne, Karl Kraus und Theodor Adorno.

Unterhaltungszusammenhang wieder - ein Beispiel ist Harald Schmidts Sendung „MAZ-Ab“ auf ARD. Dieses parodistische Moment wurde in den neunziger Jahren noch erweitert (vgl. Bleicher 1997: 82 f.).

Im für diese Arbeit relevanten Printbereich findet sich medieninterne Kritik in den Korrekturspalten der Zeitungen, wie sie mittlerweile auch die „Bild“-Zeitung besitzt. „Der Spiegel“ unternimmt nicht nur mittels des „Hohlspiegels“ eine bissige Presseschau bei den KollegInnen, sondern beobachtet unter dem Titel „Rückspiegel“ auch die Reaktionen anderer Medien auf die eigene Berichterstattung.

Theoretisch lassen sich intermediale und medieninterne Kritik unter dem Konzept des Journalismusjournalismus zusammenfassen, wie es unter 4.3 erläutert wurde (vgl. Beuthner 2005: 85). Einschränkungen müssen natürlich dort getroffen werden, wo sich die Kritik mit Nicht-Journalistischem wie Film und Musik beschäftigt.

4.4.5 Zielgruppen von Medienkritik

Grundsätzlich ist zu sagen, dass sich journalistische Medienkritik zum einen an ein Fachpublikum, bestehend aus AkteurInnen aus dem Medienbereich, und zum anderen auf verschiedene Weisen an ein nicht zwingend journalistisch vorgebildetes allgemeines Publikum richtet. Auf beide Zielgruppenmodelle kann der öffentliche Diskurs über Medien Einfluss haben.

4.4.5.1 Fachpublikum

Der „*inner circle*“ der Medienpublizistik besteht aus den oben genannten Publikationsformen wie Branchendienste, Fachzeitschriften und wissenschaftlichen Periodika - sie sind als zentrale Knotenpunkte der Medienberichterstattung zu verstehen und sind funktional auf die Spezialbedürfnisse der fachlichen LeserInnenschaft ausgerichtet (vgl. Krüger; Müller-Sachse 1998: 16 f.). Durch das Zusammenwirken von thematischer Konzentration und Periodizität ist hier das medienkritische Diskursfeld relativ dicht, die journalistischen AkteurInnen sind netzwerkartig miteinander verknüpft.

Zudem sind die MedienproduzentInnen zum Fachpublikum zu rechnen. Ansatzpunkte von Medienkritik sind hier die Mitentwicklung professioneller Standards und die Impulsgebung für Verständigung innerhalb der Profession Journalismus.

AkteurInnen der Gesellschafts- und Medienpolitik befinden sich fallweise auch im Einflussbereich der Medienkritik (vgl. Weiß 2005: 19). Indem diese sich zu gesellschaftlich relevanten Themen äußert, kann sie zur Schützenhilfe oder zumindest zur Argumentationsgrundlage der Politik werden – man denke an den Begriff „Unterschichtenfernsehen“, der in der TV-Unterhaltung generiert wurde und Eingang in das tagespolitische Gespräch fand. Zusammenfassend gesagt sind AkteurInnen der Politik zwischen den Bereichen des Fach- und LaiInnenpublikums anzusiedeln, für beide Zuordnungen finden sich Argumente.

4.4.5.2 LaiInnenpublikum

Die Ausprägungen der Medienkritik im „*outer circle*“ finden Krüger und Müller-Sachse zufolge oft ohne festen Ressortstatus in den aktuellen Universalmedien statt (vgl. Krüger; Müller-Sachse 1998: 18). Die Bezeichnung „Universalmedien“ erscheint im Lichte von Ansätzen wie dem Uses and Gratifications-Approach allerdings zweifelhaft: Es gilt in der Kommunikationswissenschaft als unumstritten, dass sich RezipientInnen sehr spezifisch – auch großen, tagesaktuellen – Medien zuwenden.

Nichtsdestotrotz: Medienkritik in tagesaktuellen Medien wie TV, Hörfunk und im Printbereich ist aufgrund fehlender Ressortfixierung und Sendeplätze oft diskontinuierlich und demnach in verstärktem Maße allgemeinen Themenselektionskriterien wie Nachrichtenwert und Verfügbarkeit von Material unterstellt.

Das populärste Segment von Medienberichterstattung im LaiInnenbereich ist die Programmpresse, die Service und Orientierung im TV-Programm bietet. Für das „allgemeine“ Publikum stellen Programmzeitschriften eine Art „rezeptionsleitendes Pilotmedium“ dar (Krüger; Müller-Sachse 1998: 20).

Aufgrund der oben genannten Nähe der Programmzeitschriften zu PR-Aktivitäten der Programmveranstalter, die häufig als symbiotische Beziehung bezeichnet wird, ist für Medienberichterstattung, die sich an ein LaiInnenpublikum richtet, tendenziell ein

reduktionistisches Verständnis von Medienkritik festzustellen. Außerprogrammliche Realitäten des Mediensystems werden hier schließlich kaum thematisiert (vgl. Krüger; Müller-Sachse 1998: 22).

An welche Zielgruppen sich Online-Medienkritik richtet, ist bislang noch nicht systematisch erforscht worden. Aufgrund der theoretisch fast unendlichen Publizität der Internet-Medien könnte anzunehmen sein, dass dortige Medienkritik über ein Fachpublikum hinaus rezipiert wird. Dennoch werden kritische Online-Medien und speziell Blogs durchgängig auch von JournalistInnen gelesen. Mayer et al. konstatieren bei ihrer Nutzungsstudie des „Bildblogs“ ein großes Quantum an JournalistInnen, die das Angebot nutzen, darunter auch Angestellte der „Bild“-Zeitung selbst (vgl. Mayer et al. 2008: 14).

5 Medienkritik via Weblogs

5.1 Implikationen des Online-Begriffs im Journalismus

Bevor in den folgenden Unterkapiteln Weblogs als Formen der partizipativen Vermittlung und ihre Bedeutung in der Medienkritik näher charakterisiert werden, soll hier zunächst kursorisch aufgearbeitet werden, wie die Kommunikationswissenschaft den Begriff „Online“ fruchtbar macht. Zwar werden diese theoretischen Standortbestimmungen nicht direkt in die Empirie der Arbeit einfließen, sie als Grundlage wegzulassen, würde jedoch die Ausführungen zu Web- und Watchblogs verkürzen.

Die Diskussion um Journalismus abseits der gängigen Vermittlungsstrukturen begleitet den Online-Journalismus seit seiner Entstehung Mitte der neunziger Jahre. Das World Wide Web nimmt also schon insofern eine prominente Stellung ein, als dass es das erste Kommunikationsphänomen ist, das von der Forschung von Anfang an begleitet wurde. Neben der Frage, inwieweit Web-Content überhaupt als Journalismus gewertet werden kann, existieren differierende Meinungen dazu, ob Online-Angebote lediglich eine Fortsetzung von Altbekanntem auf neuen Wegen darstellen oder ob dieser mehr oder minder neue Journalismus ein Zeichen eines grundlegenden gesellschaftlichen Wandels ist (vgl. Quandt 2005: 13 sowie Wall 2005: 156).

Zum augenfälligen Problem wird der Bezug auf Massenmedialität, wie er in viele Journalismus-Definitionen seit Maletzkes Feldschema der Massenkommunikation üblich ist. Schließlich fallen die Bezeichnungen der möglichen Nutzungsformen wie E-Mail, World Wide Web oder auch Blogs nicht direkt mit den technischen Voraussetzungen, sprich Internet oder ganz basal dem Computer, zusammen. Von diesem Defizit her rühren Termini wie „Hybridmedium“ oder Konzepte wie Telematik oder Mediamatik.

Neben dem technizistischen ISO-7-Schicht-OSI-Modell⁵ hat sich in der Kommunikationswissenschaft zunehmend Kubiceks Unterscheidung zwischen Medien erster und zweiter Ordnung durchgesetzt (vgl. Kubicek; Schmidt; Wagner 1997: 32 f.). Demnach sind unter Medien erster Ordnung technische Systeme zu verstehen, die mittels

⁵ Dieses aus der Informatik stammende Modell lässt sich folgendermaßen vereinfachen: Schicht 1 stellt die „Oberfläche“ der Anwendungsprogramme dar, wie sie den NutzerInnen zur Verfügung steht (E-Mail etc.). Schicht 2 ist die Protokollschicht, wo die Protokolle zur Vernetzung der Rechner gespeichert werden (IP). Die physikalische Schicht, also etwa Verbindung via Telefonkabel etc. wird als Schicht 3 bezeichnet (vgl. Kubicek et al. 1997: 32 f.)

bestimmter Funktionen und Potentialen für die Vermittlung von Informationen sorgen. Medien zweiter Ordnung hingegen werden als soziokulturelle Institutionen betrachtet, die Verständigung analog zur Informationsverbreitung herstellen.

Um zu einer adäquaten Definition von Online-Journalismus zu gelangen, welche allerdings einem ständigen Wandel unterworfen sein wird, schlägt Quandt vor, zu präzisieren, welche Kommunikationsmodi tatsächlich verwendet werden und die kulturelle Verfasstheit im Sinne von Medien der zweiten Ordnung mit zu bedenken. Zu konstatieren ist einzig, dass Online-Journalismus bis dato weitestgehend World Wide Web-Journalismus bezeichnet. Andere Nutzungsoptionen wie E-Mail sind in diesem Bereich kaum relevant. Fasst man die aus diesen Überlegungen entstandene Arbeitsdefinition zusammen, ergibt sich:

- Auf der **Makroebene** ist Online-Journalismus auf gesellschaftliche Öffentlichkeiten ausgerichtet. Statt eines Kommunikationsmodus im Sinne traditioneller Massenkommunikation steht der Umfang der erreichten RezipientInnengruppen im Mittelpunkt.
- Auf der **Mesoebene** sind spezialisierte Organisationseinheiten im Online-Journalismus zu finden, welche sich in Zukunft wahrscheinlich noch im Sinne von Medien zweiter Ordnung weiter ausdifferenzieren werden.
- Journalistische Aussagenproduktion durch professionelle KommunikatorInnen stellt die **Mikroebene** des Online-Journalismus dar. Auch hier sind aber gegenüber dem tradierten Journalismus Neuerungen zu erwarten (vgl. Quandt 2005: 34 ff.).

Betrachtet man webbasierte Kommunikation hinsichtlich des klassischen SenderInnen-RezipientInnenschemas, wird eingeräumt, dass sich diese starre Rollenverteilung im Internet auflöst. Die Interaktivität ermöglicht einen Wechsel zwischen der KommunikatorInnen- und der RezipientInnenrolle. Die Schwelle zum Betreiben eines eigenen Angebots liegt niedrig, was auch der vielzitierte Terminus der „*we media*“, wie partizipativer Online-Journalismus auch genannt wird, zeigt (Wall 2005: 157). Kollaborative Websites und Blogs gleichen die AnbieterInnendominanz der Netzauftritte traditioneller Medien aus. Die klassische Sicht des Journalismus als Gatekeeping ist daher in Frage zu stellen – schließlich beseitigt die Niederschwelligkeit des Internets die technischen und meinungsbezogenen „Nadelöhre“, die bislang charakteristisch für

Massenmedien waren (vgl. Neuberger 2008b: 22)⁶. Ein weiterer Unterschied: Während Anschlusskommunikationen bei traditionellen Medien meist nicht öffentlich gemacht werden, sind diese via Kommentarfunktion und ähnlichem im Internet leicht verfügbar (vgl. Neuberger 2008a: 256 f.)

Neuberger gliedert die AkteurInnen, Strukturen und Leistungen der momentanen Internetöffentlichkeit in die Bereiche professionelle Vermittlung, partizipative Vermittlung und technisierte Vermittlung auf. Als Beispiel für den ersten Aspekt dienen Angebote wie „Spiegel Online“, die Massenpublika, aber nur einen geringen Grad der Interaktion zwischen AnbieterInnen und NutzerInnen erreichen. Hypothetisch schreibt er der **professionellen Vermittlung** einen hohen Kompetenzgrad und entsprechende Selbstreflexion als Qualitätssicherung zu. Ihre Leistung besteht in der kontinuierlichen, systematisch reflektierten Berichterstattung mit hoher Reichweite.

Technisierte Vermittlung findet etwa über Angebote wie „Google News“ statt. Sie ist quasi als Meta-Suchmaschine aus der Hand von Unternehmen zu charakterisieren. Die Publikumsorientierung wird hier hypothetisch als gering eingeschätzt, aufgrund der Abhängigkeit von der einzelnen Suchanfrage besteht zudem eine geringe Reichweite.

Blogs hingegen sind als **partizipative Vermittlung** aus den Händen von Einzelpersonen, aber auch als Organisationen zu verstehen. Unter dem Schlagwort „*peer to peer*“ wird die potentiell hohe Interaktivität zwischen den NutzerInnen konstatiert. Im Aspekt der Vermittlung ist allerdings fraglich, mit welcher Kompetenz und Neutralität gearbeitet wird, genauso wie die Beachtung journalistischer Berufsnormen laut Neuberger in Frage steht. Ihre Orientierungsleistung ist themenabhängig, kann aber dadurch verstärkt werden, dass partizipative Web-Angebote wie Blogs als Recherchequelle im traditionellen Journalismus genutzt werden (vgl. Neuberger 2008a: 262 f.).

Nach dieser Gegenüberstellung möglicher Ausprägungen von Kommunikation im Internetbereich sollen im Anschluss konkret die Weblogs im Fokus stehen.

⁶ Man spricht hier vom Gatewatching-Paradigma, demzufolge vorher notwendige Vermittler umgangen werden können. Diese erfüllen nun die Funktion des Gatewatchings, d.h. sie geben Orientierung über bereits Publiziertes.

5.2 Weblogs

Der Terminus „Blog“ – das Wort des Jahres 2004 in den USA – taucht sukzessive auch hierzulande im Wortschatz der JournalistInnen, der Kommunikations- und MedienwissenschaftlerInnen und natürlich der MediennutzerInnen auf.

Der Neologismus „Weblog“ setzt sich aus den Begriffen „web“ und „logbook“ zusammen und wird gemeinhin als „Blog“ abgekürzt. Definitionen des Weblogs schließen einerseits die typische umgekehrte Chronologie und die (idealerweise) häufigen Aktualisierungen ein. Das heißt, dass sich der aktuellste Blog-Eintrag in der Regel ganz oben auf der Seite befindet. Andererseits wird die Subjektivität der Inhalte sowie das Hyperlink-Prinzip betont. Ein großer Unterschied zu klassischen Websites, auf denen neue Inhalte meist alte ersetzen, ist die Archivierung von Beiträgen auf Blogs (vgl. Wall 2005: 156).

Die Praxis des Einbindens fremder Links und Nachrichtenquellen sowie die vielerorts anzutreffende Kommentarfunktion werden als stark diskursive Form der Nachrichtenpräsentation gesehen. Zudem weisen Blogs die Tendenz auf, Expertise und Privilegien im öffentlichen Nachrichtendiskurs aufzuweichen (vgl. Bruns; Jacobs 2006: 16 f.). Ein Beispiel für die Konkretisierung des Weblog-Begriffes liefert die Selbstbeschreibung des Weblog-Dienstleisters www.blogger.com: „Ein Weblog ist ein persönliches Tagebuch. Ein Rednerpult. Ein Raum für Zusammenarbeit. Eine politische Bühne. Ein Ventil für Nachrichten. Eine Sammlung interessanter Links. Ihre ganz privaten Gedanken. Notizen für die Welt.“ (N.N./o.J.: Was ist ein Blog? http://www.blogger.com/tour_start.g; abgerufen am 5.10.2008).

Dieses Zitat aus PraktikerInnenkreisen weist aber bereits darauf hin, dass das Gros der Blogs aus privater Hand stammt, die mit Journalismus und dessen arbeitsbezogenen Gesetzmäßigkeiten wenig zu tun hat. Demoskopische Ergebnisse aus dem Jahr 2003 besagen, dass der typische Blog in den USA von einer Schülerin stamme, die zwei Mal im Monat Updates einfügt, um ihre FreundInnen und KlassenkameradInnen über private Geschehnisse auf dem Laufenden zu halten (vgl. Henning o.J.: o.S.)⁷.

Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive sind Weblogs als Genre beziehungsweise als Medienschema zu bezeichnen. Diese dienen als „formalisierte Muster

⁷ Zit. Nach Armbrorst 2006: 74

kommunikativer Handlungen“ (Armborst 2006: 11, außerdem Zolles 2006: 21) zur Orientierung in der sich spezialisierenden Medienwelt. Weblogs finden ihren Platz also zwischen „normalen“ Webseiten, sprich privaten oder kommerziellen Homepages und asynchronen Formen der computervermittelten Kommunikation wie E-Mail, Messengern und Foren.

Seitens der Kommunikationswissenschaft wird häufig das immer noch bestehende Forschungsdefizit zur deutschsprachigen „Blogosphäre“ beklagt (vgl. Armborst 2006: 6). Kritisiert werden vor allem die fehlende Repräsentativität vieler Untersuchungen zur Nutzung von Weblogs und der Umstand, dass teils kommerzielle Interessen hinter den Studien stehen, wodurch die Kategorien der Untersuchung schwer nachzuvollziehen sind. Gewünscht wird eine Differenzierung der Nutzung zwischen Rezeption, Schreiben im fremden Blog und Schreiben im eigenen (vgl. Neuberger; Nuernbergk; Rischke 2007: 97).

Gemessen an der relativen Neuartigkeit des Phänomens existiert aber eine große Bandbreite von Publikationen, was letztlich auch daher rührt, dass Weblogs für die verschiedensten Disziplinen von Interesse sind – sei es Sprachwissenschaft, Sozialpsychologie oder Kulturwissenschaft.

An dieser Stelle soll ohne letztgültigen Anspruch auf Vollständigkeit – schließlich ändert sich die Lage vor allem durch Internetpublikationen schnell - ein Überblick über Publikationen aus dem Bereich der Kommunikationswissenschaft gegeben werden.

Matthias Armborst gibt mit einer quantitativen Studie einen Einblick in das Verhältnis von Weblogs und Journalismus sowie der Relevanz der journalistischen Ethik. Besonders der Leipziger Journalismusforscher Christoph Neuberger hat mit mehreren Publikationen zur Internetöffentlichkeit und zur webbasierten Neuerung im Journalismus den Forschungsstand im Bereich der Weblogs angereichert⁸.

Aus dem österreichischen und schweizerischen Raum stammen die Arbeiten von Jan Schmidt zur Kommunikationssoziologie der Weblogs, die Diplomarbeit von Martin Zolles an der Universität Wien zu der Frage, ob Weblogs einen neuen Medienjournalismus konstituieren, sowie die Züricher Lizenziatsarbeit von Andres Hutter, „Verbesserte

⁸ Vgl. etwa Neuberger, Christoph 2008b sowie die Forschungssynopse von Neuberger; Nuernbergk und Rischke 2007

Medienkritik oder Pseudo-Journalismus?“, die sich inhaltsanalytisch mit der Qualität von Weblogs befasst. In die thematische Richtung von PR und Marketing geht die Arbeit von Ansgar Zerfaß und Dietrich Boelter, „Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien“ (2005).

Was die quantitative Dimension der Blogosphäre selbst betrifft, können nur näherungsweise Angaben gemacht werden. Während in einer Marktforschungsstudie im April 2005 weltweit etwa 31, 6 Millionen Blogs identifiziert wurden (vgl. Zerfass; Boelter 2005: 46), ist die Zahl der deutschen Weblogs im Vergleich dazu mit 200.000 auf dem Stand von 2006 (vgl. Armbrorst 2006: 1) eher gering.

Hier muss zudem bedacht werden, dass ein Gros der Blogs, vor allem wenn sie nur einem zahlenmäßig geringen Nano-Publikum, sprich „*nanoaudiences*“ (Henning 2006: o.S.)⁹ zugänglich sind, nur unregelmäßig oder gar nicht mehr aktualisiert werden (vgl. Zerfass; Boelter 2005: 47). Wie hoch der Anteil der Karteileichen ist, scheint aber statistisch schwer feststellbar zu sein. Etwa die Hälfte der existierenden Blogs wurde in einem Zeitraum von drei Monaten nicht aktualisiert (Armbrorst 2006: 72).

Zur sprachlichen Bezeichnung der Eliten hat die Blogosphäre den Begriff der „*A-list-bloggers*“ hervorgebracht. Diesen AutorInnen ist eine hohe Aufmerksamkeit seitens der LaiInnenrezipienten, aber auch seitens der etablierten Medien gewiss, da sie teils immense NutzerInnenzahlen aufweisen. Quantitativ messbar, auch über die Zahl der Verlinkungen auf anderen Webseiten, ist die A-List-Zugehörigkeit beispielsweise über Monitoring-Dienste wie www.blogstats.de und www.technorati.com. Für die A-List-Elite wird in der Forschung analog zur Netzwerktheorie von wenigen, massiven Knotenpunkten in multilateralen Beziehungsgeflechten ausgegangen (vgl. Zerfass; Boelter 2005: 51 f.).

Bezüglich des Desiderats der Interaktivität, das oft an die Web-Technologien herangetragen wird, stehen BloggerInnen zu einem gewissen Maß in einem ständigen aktiven und passiven Fluss der Zeichenproduktion, da im Feld der Weblogs die Kulturtechniken Lesen und Schreiben ineinandergreifen (vgl. Zolles 2006: 88). Diese Diagnose rekuriert einerseits auf die subjektiven Eigenschaften von Weblog-Inhalten,

⁹ Zit. Nach Armbrorst 2006: 38

zum anderen auf das Linkprinzip, das oben in diesem Teilkapitel als konstitutiv für Weblogs definiert wurde.

Auf technische Voraussetzungen und Variationen in der Weblog-Technologie soll an dieser Stelle nicht eingegangen werden. Rechtlich gilt in Deutschland das im Januar 2007 verabschiedete Telemediengesetz, das Weblogs teils journalismustypische Pflichten auferlegt. Demnach sind geschäftsmäßig betriebene Weblogs zur Angabe eines Impressums und der Einhaltung der journalistischen Sorgfaltspflicht angehalten (N.N. (2007): Weblogs; <http://www.k-fabrik.de/category/seo-sef-weblog>; abgerufen am 11.9.2008)

5.2.1 Weblogs und Medienkritik – Fortgesetzte Probleme?

Zum Ende dieses Teils der Magisterarbeit soll hier noch einmal auf die zuvor beschriebenen Problemfelder der Medienkritik rekuriert werden. Wie es bezüglich des Institutionalisierungsproblems, der Interessenskonflikte und des Distanzproblems zu den KollegInnen um Weblogs bestellt ist, wurde empirisch noch kaum untersucht.

Bezüglich des ökonomischen Drucks, der auf allen journalistischen Ressorts lastet und des potentiellen Konflikts zwischen Eigen- und Organisationsinteressen können Weblogs einen Ausweg für die Medienberichterstattung bieten. Wie viele andere Onlinemedien auch sind sie kostengünstig in der Produktion (vgl. Neuberger 2000: 20), zudem haben sich die wenigsten Weblog-BetreiberInnen den Aufbau eines Vermögens als primäres Ziel gesetzt. Durch diesen Wegfall des ökonomischen Drucks und die grundsätzlich kleinen Organisationseinheiten der Blogs, in denen Hierarchie meist fehlt, kommt es zumindest theoretisch zu weniger Interessenskonflikten (vgl. Hutter 2007: 20). Deswegen automatisch Neutralität und Objektivität von Weblog-basierter Medienkritik zu erwarten, würde natürlich trotzdem zu weit gehen.

Das Problem der Verdrängung der Medienseiten, das auf die geringe Institutionalisierung der Medienberichterstattung basiert, stellt sich bei Weblogs nicht auf diese Weise. Platz ist bei Online-Medien keine knappe Ressource, viel mehr ist es oft Zeit, die fehlt. Wie im obigen Teilkapitel beschrieben wurde, wird das Gros der Weblogs, auch der medienkritischen, privat betrieben. Geringes Publikumsinteresse, das der etablierten

Medienberichterstattung vielfach nachgesagt wird und mit ein Grund für das charakterisierte Institutionalierungsproblem ist, spielt für Online-Kritik keine große Rolle, da Blogs ökonomisch nicht auf hohe LeserInnenzahlen angewiesen sind. Allerdings: Je kleiner das Publikum, desto weniger öffentliche Relevanz besitzen Blogs (vgl. Hutter 2007: 21 f.).

Wie sich das Problem der KollegInnenorientierung beziehungsweise der KollegInnenschelte im Weblog-Bereich äußert, ist noch unklar. Nur ein kleiner Teil der BetreiberInnen kommt aus dem Journalismus, und nicht alle sehen sich selbst als JournalistInnen. Daher ist kaum abzusehen, ob sie ähnliche Distanzprobleme haben wie die Print-JournalistInnen in der Medienkritik (vgl. Hutter 2007: 20). Das Web bietet zwar ein gewisses Maß an Anonymität, die Kritik via Weblogs potentiell erleichtert, andererseits ist die – zumindest annähernd professionelle – Blogosphäre eine eingeschworene Gemeinde, in der Kritik an KollegInnen wohl ähnlich skeptisch gesehen wird wie im Printbereich.

Wie die vorteilhafte Ausgangsposition Weblog-basierter Medienkritik letztlich nutzbar gemacht wird, hängt von der Qualität der medienkritischen Online-Berichterstattung selbst ab. Das World Wide Web ist immer noch ein Tummelplatz falscher oder falsch eingeordneter Informationen - ein Nährboden, durch den sich hochwertige Medienkritik erst durchkämpfen muss.

5.2.2 Watchblogs

Hier soll nun auf den speziellen Phänotyp der Watchblogs eingegangen werden, sprich auf jene Online-Angebote, die sich auf die Beobachtung anderer Medien konzentrieren.

Der Begriff Watchblog als ein Phänotyp der Medienblogs beschreibt das Medium eines Bloggers oder einer Bloggerin, welche/r es sich zur Aufgabe macht, JournalistInnen, in anderen Fällen auch PolitikerInnen und UnternehmerInnen kritisch zu beobachten und deren Output gegebenenfalls zu hinterfragen. Laut Armbrorst geht der Terminus Watchblog aus der in den USA vorherrschenden Ansicht hervor, JournalistInnen sollten als quasi fünfte Gewalt „Watchdogs“, also Wachhunde sein (Armbrorst 2006: 51). Die Zielsetzung der Watchblogs liegt in der Beteiligung aller Interessierten an der kritischen Beobachtung der medialen Praxis (vgl. Alsdorf 2007: 108). Es liegt nahe, dass zuerst überregionale

Medien mit großer publizistischer Bedeutung in den Fokus dieser Blogs geraten, inzwischen existieren Watchblogs aber auch im Bereich des deutschen Lokaljournalismus (vgl. Armbrorst 2006: 53).

Auffällig bei der Beobachtung der Medienkritik durch Watchblogs ist vor allem die Diskrepanz zwischen der Ernsthaftigkeit der Kritik und der unterhaltsamen Aufbereitung. Watchblogs nutzen Ironie in hohem Maße als Stilmittel – eine Praxis, die in „etablierten Medien“ nicht unbedingt Gang und Gäbe ist. Schließlich gilt die journalistische Handwerksregel, dass die LeserInnenschaft Ironie, also die beabsichtigte Diskrepanz zwischen Gemeintem und Gesagtem, meist nicht verstehe. Die Layout-Möglichkeiten, die das Blog-Format bietet, erlauben auch optisch eine abwechslungsreiche Aufbereitung medienkritischer Inhalte.

Während sich US-amerikanische Watchblogs oft mit dem Output einzelner JournalistInnen beschäftigen, stellt etwa der „Bildblog“ einen Gegenentwurf dar, indem dort eine Zeitung in ihrem Gesamtumfang hinsichtlich aller Ressorts aufgearbeitet wird (vgl. Alsdorf 2007: 109).

Die Funktionen von Blogs mit politischem und journalistischem Anspruch werden im Hinterfragen massenmedial verbreiteter Informationen gesehen. BloggerInnen als MedienwächterInnen gehen also auf inhaltliche Fehlersuche, zeigen etwaige Unrichtigkeiten oder Mängel auf und belegen ihren Standpunkt fallweise mit Gegenquellen. Watchblogs können also eine demokratische und aufklärerische Komponente beinhalten – wenn die eigene subjektive Weltanschauung nicht zu sehr die Berichterstattung beeinflusst (vgl. Zolles 2006: 106 f.) Alsdorf fordert zudem Moderation der Beiträge und eine sinnvolle Auswahl­tätigkeit der Watchblog-Redaktion sowie übersichtlich gestaltete Webseiten (vgl. Alsdorf 2007: 110).

Der Studie von Katja Schönherr zufolge, die den deutschen Watchblog-Kosmos untersuchte, verstärken diese den Effekt, den Weblogs generell haben, nämlich die „Infragestellung des Monopols etablierter Medien“. Dennoch sind die Funktionen deutscher Watchblogs bislang hauptsächlich im Archivieren und Bereitstellen von Mängelfunden des traditionellen Medienkanons zu sehen (vgl. Schönherr 2008: o.S.)¹⁰.

¹⁰ Zit. Nach Mayer et al. 2008: 5

Betrachtet man das Phänomen der Watchblogs hingegen auf internationaler Ebene, wird in diesen eine wachsende Herausforderung für traditionelle Medien gesehen: Während JournalistInnen bisher wenig von allfälliger Kritik seitens des Publikums tangiert wurden, hat durch die Etablierung von Watchblogs als Kritikinstanzen eine disperse Gruppe von RezipientInnen die Möglichkeit, einen öffentlichen Diskurs über Mängel der Berichterstattung von JournalistInnen zu führen (vgl. Armbrorst 2006: 105 f.).

Auch Hutter stellt zumindest auf theoretischer Ebene eine optimistische Zukunftsprognose an: Betrachtet man nämlich „blinde Flecken“ und das Dilemma der Interessen als zentrales Problem von Medienkritik, könnten Weblogs hieraus einen Ausweg liefern. Im Internet ist es möglich, ein Massenpublikum zu erreichen, ohne von ökonomischen Interessen einer Organisation abhängig zu sein (vgl. Hutter 2007: 3).

5.3 AkteurInnen in der Blogosphäre

Obwohl die Blogosphäre mit ihren AkteurInnen tendenziell schwer überschaubar ist, haben die Sozialwissenschaften Versuche angestellt, die BloggerInnen nach der Art und Weise ihrer Betätigung sowie deren Intensität zu typisieren. Zerfass und Boelter schlagen folgende Typologie vor:

Die größte Gruppe stellen die „Beobachter und Kommentatoren“, welche meist passiv Diskussionen verfolgen und sich nur von Zeit zu Zeit via Kommentar aktiv einbringen. Ein weiteres Segment der Blogosphäre bilden die „Autoren und Erzähler“. Sie betreiben und nutzen Blogs, um mit FreundInnen und FachkollegInnen Konversation zu betreiben und sind folgerichtig meist im Bereich der privaten Blogs zu finden.

Nur zwei BloggerInnen-Phänotypen können demnach in die Nähe des klassischen Journalismus gerückt werden: „Themenanwälte und Vernetzer“ nennen Zerfass und Boelter diejenigen, die mittels ihrer Einträge Diskussionen vorantreiben und Sachverhalte öffentlich machen. Ihre Zielsetzung liegt meist in der „Fokussierung von Inhalten“ und der „Bildung von Communities“. ThemenanwältInnen besetzen zwar erfolgreich Nischen, haben aber eine begrenzte Reichweite. Die A-List-BloggerInnen (siehe 5.2) hingegen werden als „Botschafter und Moderatoren“ bezeichnet und erfüllen publizistische

Funktionen ähnlich traditioneller Medien, nicht zuletzt aufgrund ihrer meist vorhandenen Tagesaktualität (vgl. Zerfass; Boelter 2005: 50 f.).

Die hier zu behandelnden Fallbeispiele, die Watchblogs „Bildblog“, den „Zeit“-Blog „Meckern“ und die „Spiegelkritik“ in diese Typologie eindeutig einzuordnen, fällt schwer. Der „Spiegel“-Watchblog weist wie „Meckern“ nicht immer Tagesaktualität auf, zudem muss aufgrund des weitgehenden Verzichts auf unterhaltende Elemente vermutet werden, dass sich seine NutzerInnen im SpezialistInnenkreis des Journalismus oder verwandter Branchen bewegen. Aus diesen Gründen kann www.spiegelkritik.de in den Kreis der „Themenanwälte und Vernetzer“ eingereiht werden. Auch „Meckern“ ist aus denselben Gründen eher im ProfessionalistInnenkreis anzusiedeln. Der „Bildblog“ mit seinen 40.000 NutzerInnen pro Tag (vgl. Armbrorst 2006: 52) und seiner unterhaltsamen, griffigen Aufarbeitung der Themen kann definitiv zur deutschsprachigen A-List gerechnet werden und muss daher zum Bereich der „Botschafter und Moderatoren“ gerechnet werden.

5.4 Zum Verhältnis von Weblogs und Journalismus

5.4.1 Weblogs aus der Perspektive der Journalismusforschung

Authentisch, dialogorientiert, dezentral - mit solchen Attributen werden Weblogs gemeinhin versehen. Während die Authentizität dafür steht, dass Weblogs die Persönlichkeit des Autors beziehungsweise der Autorin repräsentieren, bedeutet die Dialogorientierung die technische Unterstützung bidirektionaler Kommunikation. Dezentralität meint als Attribut hingegen das Vereinen öffentlicher und interpersonaler Kommunikation (vgl. Schmidt 2006: 9), welches Blogs gemeinhin charakterisiert.

Hier handelt es sich um Eigenschaften, die dem traditionellen Journalismus nicht in erster Linie zugeschrieben werden. Sind die Differenzen zwischen der Informationsvermittlung via Weblogs und dem Journalismus, wie wir ihn kennen, so groß?

Vielerorts wird die Blog-Technik als „emanzipatorische, revolutionäre Kraft“ (Zerfass; Boelter 2005: 53) beschrieben und gar das Ende der Massenmedien beschworen. Dagegen sprechen aber drei Barrieren, die LaiInnen von professionellen JournalistInnen unterscheiden:

- Der Zugang zu Ereignissen und Informationen: Akkreditierungen und Tickermeldungen sind Tools, zu denen BloggerInnen ohne institutionellen und organisatorischen Überbau keinen Zugang haben.
- Die Passivität von Individuen: Die Zahl der LeserInnen wächst auch in der Blogosphäre schneller als die der aktiven SchreiberInnen, was einen Hinweis darauf geben kann, dass sich nicht jeder Blogger und jede Bloggerin zum Journalismus berufen fühlt.
- Die Marketingmacht von Medien: Auch im Medienbereich erfüllen Marken die Funktionen Komplexitätsreduktion und Vertrauen. Daraus ist zu schließen, dass es NewcomerInnen und unbekannte Produkte tendenziell schwer haben, vor allem im nicht zugangsbeschränkten Internet (vgl. Zerfass; Boelter 2005: 54).

Zur theoretischen Frage, wie die Journalismusforschung Hybride wie Weblogs einordnet, ist zunächst folgendes zu sagen: Journalismus lässt sich Manfred Rühls klassischem Diktum zufolge schwer identifizieren. Daher ist es nur logisch, dass die Kommunikationswissenschaft am Beginn des neuen Jahrtausends eine Entgrenzung des Journalismus diagnostiziert: Siegfried Weischenberg etwa stellt fest, dass der Journalismus als fest umrissener Handlungszusammenhang seine Konturen verliert (vgl. Weischenberg 2001: o.S.)¹¹. Auch Neuberger beschreibt eine „Grauzone um den Journalismus“ (Neuberger 2002: 22) und stellt die Frage, ob journalistische Leistungen auch jenseits der Grenzen von Beruf, also Journalismus und Organisation, also der redaktionellen Institution, erbracht werden können. Drei Szenarien sind vorstellbar: Neben einem Konkurrenzverhältnis aus Sicht der Nachfrage könnten Weblogs und tradierter Journalismus komplementär existieren, sich also ergänzen. Eine dritte Möglichkeit besteht in der Integration der Weblogs in den Journalismus, wie wir ihn kennen (vgl. Neuberger; Nuernbergk; Rischke 2007: 96).

Von anderer Seite ist zu dieser Debatte hingegen zu lesen, dass einige der neuen Erscheinungsformen, darunter auch Watchblogs, Formen der organisierten und strukturierten Berichterstattung aufweisen. Dem klassischen Journalismus gegenüber werden sie als funktional äquivalent bezeichnet (vgl. Bucher; Büffel 2006: 5) – ja sogar in einem Punkt als überlegen: Etwa durch die Kommentarfunktion gelänge es via Weblogs,

¹¹ Zit. Nach Armbrorst 2006: 22

Publika zu generieren, innerhalb derer **gemeinschaftliche** Medienkommunikation stattfinden könne (vgl. Armbrorst 2006: 99, Hervorhebung S.L.).

Diese euphorische Ansicht wird jedoch nicht allorten geteilt. Schlagworte wie „Quasi-Journalismus“ und die Ausrichtung vieler Untersuchungen im Online-Bereich auf Web-Ableger etablierter Medien deuten auf eine distanzierte, vorab justierte Sichtweise der Kommunikationswissenschaft bezüglich des neuen Phänomens hin (vgl. Armbrorst 2006: 100). Hier könnte man allerdings anmerken, dass die Blindheit für Weblogs abseits etablierter Kommunikationsstrukturen in Untersuchungsdesigns schlichtweg praktische Gründe der Identifizierung und Vergleichbarkeit kleinerer Weblogs haben könnte.

Die Frage, ob BloggerInnen JournalistInnen sind, steht naturgemäß am Anfang jeder Auseinandersetzung der Berufspraxis, aber auch der Journalismusforschung mit dem Phänomen der Weblog-Innovationen. Oftmals erscheint sie allerdings verkürzt, vor allem wenn monoperspektivisch aus dem Blickwinkel traditioneller Journalismuskonzepte gearbeitet wird, der sich schwer an webbasierte Arbeitsweisen anpassen lässt. Zudem ist sich die kommunikationswissenschaftliche Community Thorsten Quandt zufolge noch nicht einmal einig, ob Online-RedakteurInnen außerhalb Blogs journalistisch arbeiten (vgl. Quandt 2005: 14) und beklagt hierbei den Mangel empirischer Arbeiten zum Entstehungsprozess von webbasierten Nachrichten. Diese Diskussion wurde eingangs unter Punkt 5.2 rekapituliert.

Stellt man sich der oben genannten Gretchenfrage trotzdem, muss man zuerst zwischen der großen Mehrheit der rein privaten Blog-BetreiberInnen und der A-List differenzieren. Während für erstere gilt: *„Enhancing democracy is not high on their agenda“*, also dass die journalistische Grundfunktion der Herstellung von breit zugänglicher Öffentlichkeit für sie nicht an erster Stelle steht, füllen letztere tatsächlich *„news holes“* in der Welt der Information (Singer 2006: 23).

Die kleine Gruppe der *„news bloggers“* und die „klassischen“ JournalistInnen besetzen also grundsätzlich differente Nischen im Informationsbereich, die sich aber teils überschneiden. Die größten Unterschiede werden auch hier in der Frage des Objektivitätsanspruchs gesehen (vgl. Singer 2006: 23 f.).

Aus dem Spektrum der Ansätze der Journalismusforschung sticht besonders Melissa Walls Konzept des „*postmodern journalism*“ heraus, das sich über die Frage, ob Weblogs Journalismus darstellen oder nicht, hinwegsetzt. Vielmehr sei diese Innovation im Journalismus als Folge des generellen Wandels von Medien und Gesellschaft zu betrachten. Aus einer Gegenüberstellung von herkömmlichem Nachrichtenjournalismus und Blog-Berichterstattung abgeleitet, wird postmoderner Journalismus als konträr zu dem Nachrichtenkonzept, der als moderner Journalismus das 19. und 20. Jahrhundert dominierte, klassifiziert. Wall zufolge ist für postmodernen Journalismus die Annahme typisch, dass Nachrichten-Realität durch schier endlose Zitation und Rückgriffe auf andere journalistische Quellen entsteht. Diese Entwicklung wird teils kritisch, teils positivistisch betrachtet. Wall schreibt dem Genre der „*current event blogs*“ einen Stil zu, der vor Subjektivität und der Betonung des Standpunkts des Autors oder der Autorin nicht zurückschreckt. Postmoderner Journalismus entsteht demzufolge unter Beteiligung des Publikums und ist aufgrund der Abhängigkeit von Blogs von anderen Nachrichtenquellen stets fragmentarisch (vgl. Wall 2005: 156 ff.).

5.4.2 Praxis in Weblogs und klassischem Journalismus

Zunächst muss auf berufspraktischer Ebene konstatiert werden, dass der klassische Journalismus organisatorisch fast diametral zu Weblog-Kommunikation funktioniert. Während redaktioneller Journalismus auch heute noch meist hierarchisch und zentral organisiert ist, weisen Web-Strukturen häufig dezentrale „*bottom up*“-Eigenschaften auf (vgl. Bucher; Büffel o.J.: o.S.)¹².

Zu der Frage, wie JournalistInnen Weblogs nutzen und gegebenenfalls in ihren Arbeitsalltag einbauen, gibt eine explorative Studie der Abteilung Journalistik der Universität Leipzig Auskunft: Deren Ergebnissen folgend beschreiben Zerfass und Boelter Weblogs als „publizistische Experimentierkästen“ und „virtuellen Notizblock“ für JournalistInnen. Vielfach gaben die in der Studie befragten professionellen JournalistInnen auch an, Blogs quasi als Resteverwerter und Biotop für Entwürfe zu nutzen (vgl. Zerfass; Boelter 2005: 56 f.). Hier ist anzufügen, dass zur Frage der Blog-Nutzung von JournalistInnen eine aktuelle Untersuchung interessant wäre – rein aufgrund der immer

¹² Zit. Nach Armbrorst 2006: 99

stärkeren Institutionalisierung von Weblogs. Auch im deutschen Sprachraum dürften sich heute neue Nutzungsmotive ergeben haben.

Natürlich dienen Weblogs auch als ergiebiges Recherchetool für JournalistInnen. Durch ihre hohe Aktualität können sie Themenkompass genauso wie Frühwarnsystem sein (vgl. Zerfass; Boelter 2005: 58). Hier spielen besonders Fachblogs, deren Beiträge durch Expertise und thematische Fokussierung überzeugen, eine Rolle (vgl. ebd.: 58). Spinnt man diesen Faden weiter, kann man letztendlich auch Medienwatchblogs wie die Fallbeispiele dieser Arbeit als Recherchetools vor allem für MedienjournalistInnen bezeichnen. Zu dieser kommunikatorInnenorientierten Frage müsste allerdings eine eigene Untersuchung durchgeführt werden.

Neben bloßer Nutzung von Weblogs als Hilfsmittel für die tägliche Arbeit im etablierten Journalismus existieren abseits der Online-Angebote dieser Medien auch journalistische Einzelprojekte. Der Begriff „*j-blog*“ beschreibt Weblogs aus der Hand professioneller JournalistInnen ohne den Rückhalt etablierter Medien. Ein prominentes Beispiel für diesen „Mikrojournalismus“ ist der Journalist Christopher Allbritton. Unter dem Titel „Back to Iraq“ berichtete er 2003 ohne institutionellen Rückhalt aus dem Irak (vgl. Armbrorst 2006: 60 f., zur Definition des Begriffs J-Blogger auch Schmidt 2006: 120) und bildete damit einen scharfen Kontrast zur angepassten Berichterstattung der „*embedded journalists*“.

Als Mikrojournalismus werden auf eine geringe ProduzentInnenzahl beschränkte Versuche, mit unkonventionellen Mitteln eine unabhängige Berichterstattung zu ermöglichen, beschrieben (vgl. Neuberger 2000: 18; vgl. auch Zolles 2006: 91 f.; Hutter 2007: 13). MikrojournalistInnen sind damit in zweierlei Hinsicht unabhängig: Zum einen von Vorgaben einer hinter ihnen stehenden Organisation, zum anderen von Rendite oder Quote – schließlich weisen Web-Publikationen gemeinhin keine hohen Produktionskosten auf. Diese Umstände ermöglichen ihnen das Betreiben von „Non Profit-Journalismus“ (Quandt 2004: 77), was wiederum zum Teil mit der Ökonomie der Fallbeispiele dieser Arbeit übereinstimmt, wie nachfolgend im Kapitel 7 gezeigt wird.

5.5 Monothematische Medienkritik an Leitmedien

5.5.1 Monothematische Medienkritik – Versuch einer Definition

Nachdem sich diese Arbeit mit Watchblogs beschäftigen soll, die sich ausschließlich einem einzigen Medium kritisch zuwenden, soll hier umrissen werden, was unter monothematischer Medienkritik zu verstehen ist.

Der Begriff findet sich im Impressum der „Spiegelkritik“ – mit dem Einschub, dass vieles von dem, was dort medienkritisch aufgegriffen wird, auch für andere Medien gelten könne. Monothematische Ausrichtung kann also auf zweierlei Weise erfasst werden: Einerseits bedeutet die Beschäftigung mit der journalistischen Arbeit eines einzelnen Mediums eine eng begrenzte Thematik. Dementsprechend können monothematische Watchblogs als Special-Interest-Medien bezeichnet werden – ein Etikett, das durch die im Moment noch geringe quantitative Bedeutung von Weblogs im deutschsprachigen Raum noch verstärkt wird.

Zum anderen weist die Annahme, die Ergebnisse monothematischer Medienkritik könnten auch für andere Medien Relevanz besitzen, auf eine Bedeutung der hier untersuchten kommunikativen Phänomene über ihre konkrete thematische Zielsetzung hinaus hin. Diese besteht theoretisch darin, dass die kritisierten Qualitätsmängel natürlich auch Medien betreffen können, die nicht wie das Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ „an einer ziemlich großen Kanone“ stehen, wie Stefan Aust 2005 über den Einfluss des Magazins sagte (N.N. 2005: Die beruflichen Stationen des Spiegel-Chefredakteurs; http://www3.ndr.de/ndrtv_pages_std/0,3147,OID1502484,00.html; abgerufen am 30.9.2008). Inwieweit dieser den monothematischen Watchblogs zugewiesene Effekt jedoch Einfluss auf die journalistische Realität außerhalb der konkret kritisierten Medien hat, muss Gegenstand weiterer KommunikatorInnen-Untersuchungen sein, zunächst soll hier noch nach den institutionellen Gründen gefragt werden. Warum konzentriert sich die beim „Bildblog“, bei „Meckern“ und bei „Spiegelkritik“ geäußerte Medienkritik auf Leitmedien?

Die Untersuchung von US-Watchblogs hat ergeben, dass sich Offline-Machtverhältnisse in der Themenstruktur der Blogs insofern wiederholen, als dass auch dort die populärsten Medien am häufigsten zur Sprache kommen. Vermutet werden zwei Vorteile bei der

Fokussierung auf Leitmedien: Zum einen erspart sie Suchkosten, weil sich das Spektrum der Quellen verengt. Zum anderen ist es mit der Thematisierung der größten Medien mit hohen NutzerInnenzahlen auch durch Blogs wahrscheinlich, viele InteressentInnen anzusprechen (vgl. Fengler 2008: 166).

Der Eigendarstellung des „Bildblogs“ zufolge kommt der „Bild“-Zeitung aufgrund ihrer hohen Auflage und ihrer Funktion als „*agenda setter*“ eine hohe Verantwortung zu, der sie häufig nicht nachkommt. Aus diesem Grund sieht der „Bildblog“ seine Funktion in der Aufklärung und als Argumentationsgrundlage für Zweifel an der Glaubwürdigkeit (vgl. N.N./o.J.: Wir über uns; <http://www.bildblog.de/faq.php>; abgerufen am 25.9.2008).

5.5.2 „Bild“, „Zeit“ und „Spiegel“ als Leitmedien

Bevor im folgenden Hauptkapitel darauf eingegangen wird, welche Rolle das Konstrukt der Qualität im Journalismus spielt und welche Qualitätskriterien potentielle Bestandteile der hier zu untersuchenden monothematischen Medienkritik sind, soll kurz die Stellung von „Bild“, „Die Zeit“ und „Der Spiegel“ in der deutschsprachigen Medienlandschaft angerissen werden, aus der sich letztendlich auch ihre Beachtung durch die Blogosphäre erklärt. Zu diesem Zweck werden Angaben zur Marktlage und Reichweite gemacht.

Die deutsche Medienlandschaft hat sich dahingehend gewandelt, dass die 1952 gegründete „Bild“-Zeitung auch in Politikkreisen mittlerweile als Leitmedium gilt, auch wenn das Unterhaltungsressort in ihr am höchsten gewichtet ist. Zugeschrieben wird diese Entwicklung auch der Gesamttendenz der Boulevardisierung der Medienlandschaft seit der Einführung des Privatfernsehens und am Rande dem etablierten Netzwerk um Chefredakteur Kai Diekmann (vgl. Renner 2004: 28 ff.).

Unter dem Namen „Bild“ agiert nicht nur die gleichnamige Tageszeitung mit einer diesjährigen Auflage von 3,4 Millionen und eine Reichweite von 11,49 Millionen LeserInnen laut Mediaanalyse 2007, sondern auch seit 1956 die „Bild am Sonntag“ (BamS - Auflage 1,8 Millionen, Reichweite 11,25 Millionen LeserInnen 2008) sowie das Online-Nachrichtenprodukt „bild.de“ mit rund 4,1 Millionen Usern laut Eigenangaben. Dieses existiert seit 2002.

Was die Bemängelung journalistischer Qualität seitens des Deutschen Presserates betrifft, findet sich die „Bild“ nicht selten in der Chronik der Rügen. Für das aktuelle Jahr wurde eine nicht-öffentliche Rüge gegen die Bremer Regionalausgabe in den Ziffern 1,2 und 8 ausgesprochen. Sie betraf die „Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde“, die journalistische Sorgfalt sowie die Achtung der Persönlichkeitsrechte. Für das Vorjahr 2007 hat der Deutsche Presserat fünf öffentliche Rügen dokumentiert (N.N./o.J. <http://www.presserat.de/Chronik-der-Ruegen.29.0.html>: Chronik der Rügen des Deutschen Presserates; abgerufen am 1.10.2008).

Das Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“, bestehend seit dem Jahre 1947, nimmt trotz der eingangs beschriebenen Konkurrenzsituation eine Leitmedienfunktion in der deutschen Medienlandschaft ein, gerade was die Häufigkeit der Zitation in anderen Medien betrifft. Laut Mediaanalyse besitzt „Der Spiegel“ im aktuellen Jahr eine Reichweite von 6,03 Millionen LeserInnen, die Auflage beläuft sich auf knapp unter 1,1 Millionen. Das redaktionell eigenständige Online-Angebot „Spiegel Online“ existiert seit 1994 und verzeichnet pro Monat knapp 90 Millionen Besuche.

Die Wochenzeitung „Die Zeit“, gegründet 1946, erfüllt in ihrer liberalen, diskursiven Ausrichtung ebenfalls leitmediale Funktionen im deutschsprachigen Raum. Mit Dossiers, einem ausführlichen Feuilleton und dem geschichtlich orientierten Ressort „Zeitläufte“ kann konstatiert werden, dass „Die Zeit“ eine Marktlücke im deutschsprachigen Raum besetzt. Mit einer Auflage von etwa 485.000 Exemplaren besitzt die Wochenzeitung laut Mediaanalyse 2007 eine Reichweite von 2,12 Millionen LeserInnen. Das Online-Angebot der Zeitung besteht seit 1996, fingiert unter dem Namen „Zeit Online“ und arbeitet redaktionell eigenständig.

6 Qualität im Journalismus

6.1 Theoretische Annäherungen

Geht man von der DIN-Norm der Deutschen Gesellschaft für Qualität aus, so ist Qualität zu sehen als „Gesamtheit von Merkmalen einer Einheit“ (das kann etwa ein Produkt oder ein Prozess sein) „bezüglich deren Eignung, festgelegte und vorausgesetzte Erfordernisse zu erfüllen“ (DIN/ISO 8402; zit. bei Fabris; Renger 2003: 81).

Diese an Normen gebundene Eignung wird in der Sozialwissenschaft aus verschiedenen Blickwinkeln überprüft. Auf den Journalismus bezogen bedeutet das: **AkteurInnenorientierte Bestimmungen journalistischer Qualität** sehen diese als Resultat individuellen Könnens und Wollens. Sie sind die Grundlage für Normierungen und Handlungsregeln im Journalismus, welche sich auf die subjektiven Individuen in diesem Bereich beziehen. In der Evaluierung journalistischer Praxis spielen akteurInnenorientierte Qualitätsbestimmungen, die sich an der Verantwortung Einzelner orientieren, eine große Rolle in Bezug auf JournalistInnenpreise und die juristische Verurteilung von Einzelpersonen. Diese Sichtweise von Qualität läuft dennoch Gefahr, den institutionellen Rahmen von Journalismus außer Acht zu lassen (vgl. Bucher 2003:16).

Rollenorientierte Bestimmungen journalistischer Qualität hingegen richten sich nach den nicht individuellen Erwartungen, die an journalistische Berufsrollen gekoppelt sind. Manfred Rühls klassischer Definition zufolge sind Rollen aus institutioneller Perspektive als Komplex von Verhaltensweisen zu sehen, während aus der Beobachterperspektive das Verständnis von Rollen als generalisierte Kommunikationserwartung vorherrscht.

Die **systembezogene Auffassung von journalistischer Qualität** spricht von der Funktionserfüllung grundsätzlicher Erwartungen an den Journalismus (vgl. Bucher 2003: 18).

Karmasin synchronisiert in seinem Ansatz Ansprüche aus Wirtschaft, Ethik und Handwerk und betrachtet journalistische Qualität als Synopse aus Ökonomie – wo journalistische Qualität als zweckrationales Handeln gesehen wird - sowie der von Geschmacksurteilen abhängigen Ästhetik und der Ethik. Bezogen auf letztere ist journalistische Qualität als Übereinstimmung journalistischer und medialer Ethik zu sehen. Wie das Gros der kommunikationswissenschaftlichen Untersuchungen zum Thema kommt auch Karmasin

zu dem Schluss, dass „Medienqualität als Schnittmenge aus publizistischer und ökonomischer Qualität kulturell determiniert“ ist und damit eine Perspektivenabhängigkeit besteht (Karmasin 2005: 21 ff.).

6.2 Das Konstrukt der journalistischen Qualität

War sie vor einigen Jahren noch vor allem vehementes Klagethema von KulturkritikerInnen, so ist die Qualität journalistischer Produkte heute ins Zentrum kommunikationswissenschaftlicher Stoßrichtungen gerückt. Warum wird der vermeintliche Qualitätsmangel heute von allen Seiten mehr oder minder heftig thematisiert – und das nicht nur, wenn etwa Dieter Bohlen mit „Deutschland sucht den Superstar“ brüskiert? Teils ist der Bedeutungsgewinn journalistischer Qualität wohl eine Folge des allgemeinen Zuwachses der Medialisierung der Gesellschaft (vgl. Fabris 2001: 12).

6.2.1 Zum Qualitätsbegriff dieser Arbeit

Das Konstrukt der journalistischen Qualität steht im Zentrum der empirischen Auseinandersetzung mit dem Forschungsgegenstand dieser Arbeit. Medienkritik, wie sie anhand der Watchblogs untersucht werden soll, ist letztlich als fallbezogene Anwendung von Qualitätsstandards zu verstehen. Im Zentrum steht die Frage, welche Qualitätsmaßstäbe die Medienkritik als Instanz des Medienkomplexes thematisiert und beanstandet.

6.2.2 Normen

Was die Praxis wie auch die Wissenschaft unter Qualitätsmerkmalen verstehen, beruht letztendlich auf sozial geteilten Normen. Diese sind als Erwartungen zur Einhaltung bestimmter Regeln zu definieren und sind unbedingt und unabhängig vom Erfolg des Handelns zu sehen (vgl. Esser H. 2000: 51 ff.). Daraus ergibt sich ein zentrales theoretisches Problem: Weil journalistische Qualitätskriterien letzten Endes normativ begründet sind, ist ihr Geltungsbereich darauf begrenzt, wo sie geteilt werden. So wie man keine „Äpfel und Birnen“ vergleichen kann, so abhängig sind Qualitätsurteile von

BetrachterInnenperspektiven und journalistischer Genrezugehörigkeiten (vgl. Hutter 2007: 35).

Von der Perspektive der Ethik aus lassen sich Kriterien der Medienpraxis nur beschränkt in der Individualethik der journalistisch Handelnden begründen (vgl. Armbrorst 2006: 124), Alsdorf negiert diese Fundierung und verweist auf die politische Philosophie und die Habermassche normative Theorie der Öffentlichkeit (vgl. Alsdorf 2007:4).

6.2.3 Infrastrukturen der Qualitätssicherung

Qualität als Infrastrukturfaktor im Journalismus zu sehen, wie Ruß-Mohl es tut, impliziert eine optimale Qualitätssicherung bei möglichst guter Entwicklung der Infrastruktur (vgl. Fabris; Renger 2003: 87). Unter dem Begriff Infrastruktur wird hier eine Vielzahl von Initiativen und Institutionen verstanden, die qualitätssichernde Aktivitäten in Bezug auf den Journalismus setzen. Ohne selbst Medienprodukte zu erzeugen, beeinflussen sie das journalistische Arbeitsfeld (vgl. Ruß-Mohl 1994: 22f.).

Generell ist die Qualitätssicherung als ein Prozess zu verstehen, der präventiv, während oder nach dem Produktionsprozess einsetzen kann (vgl. Ruß-Mohl 1994: 97 sowie Ruß-Mohl 1996: 103). Die wichtigste Rolle als Infrastrukturfaktor der Qualitätssicherung kommt dabei gesellschaftlichen Institutionen und Initiativen zu, weniger staatlicher Regulierung. Zu nennen sind hier etwa die journalistische Aus- und Weiterbildung, Presseräte, Verbände, JournalistInnenpreise und nicht zuletzt die Medienkritik (vgl. Quandt 2004: 71 und Ruß-Mohl 1994: 23, 111). Letztere lässt sich als korrektive Qualitätssicherung subsumieren und findet, wie unter 4.4.5 ausgeführt, entweder in Journalismus-internen Zirkeln oder in einer weniger spezifischen Öffentlichkeit statt (vgl. Ruß-Mohl 1994: 100).

Während diese gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Instanzen isoliert betrachtet oft als wirkungslos bezeichnet werden¹³, ist ihre Gesamtheit als Netzwerk zu sehen, in dem sich die Wirkung entfaltet. Dieses Netzwerk, das Äquivalent zum sogenannten „I-Faktor“,

¹³ Der Vergleich des Deutschen Presserates mit einem „zahnlosen Tiger“ (etwa in Fabris 2001: 20) dient hier als Beispiel.

stellt die Vielfalt von Perspektiven sicher, aus denen journalistische Meriten und Fehlschläge beurteilt werden (vgl. Ruß-Mohl 1994: 101).

Blogs wird in diesem Spektrum der Infrastrukturen eine zunehmend wichtige Rolle zugesprochen. Punktuell können sie zur Qualitätssicherung im Journalismus beitragen, weil sie Potentiale der Medienkritik nutzen, die den klassischen Print-Formaten mit ihren ökonomischen Verknüpfungen versagt bleiben (vgl. Fengler 2008: 170).

Es ist anzunehmen, dass der Grad der Entwicklung von Selbstkontrolle und Ausbildung umso höher ist, je anspruchsvoller die Publika sind. Qualitätskulturen sind also abhängig vom Umfeld mehr oder minder chancenreich (vgl. Held; Ruß-Mohl 2005: 52). Der Marktmacht wird im publizistischen Wettbewerb eher ein geringes Potential in Bezug auf Qualitätssicherung zugeschrieben. Der zunehmende Kostenwettbewerb scheint sich eher negativ auf die publizistische Leistungserfüllung auszuwirken (vgl. Heinrich 1996: 165).

6.2.4 AkteurInnen in der Qualitätsdebatte

Wer urteilt also über journalistische Qualität? Um diese Frage zu beantworten, wird hier erläutert, welche Betrachtungsniveaus und Anspruchsgruppen in Bezug auf Urteile über journalistische Qualität bestehen.

Axel Springers Diktum zufolge ist die „Abstimmung am Kiosk“ allein schon eine Qualitätsaussage. Von Seiten des Publikums geben also Auflagen, Einschaltquoten und Zielgruppenabdeckung einen Hinweis auf die Frage, was goutiert wird, bilden aber selbstredend noch kein schlüssiges Qualitätsurteil (vgl. Ruß-Mohl 1994: 102), da sie die gesellschaftliche Funktion der Medien außer Acht lassen.

Über die RezipientInnen hinausgehend fixiert Fabris drei Betrachtungsniveaus, auf denen Qualitätskriterien ermittelt werden: Auf der gesamtgesellschaftlichen Makroebene werden Qualitätsurteile anhand der Funktionen des Journalismus getroffen. Im Mesobereich der Institutionen und Organisationen dienen Qualitätskriterien dem Strukturaufbau. Auf der Handlungsebene der journalistischen AkteurInnen schließlich fließen alltägliche Erfahrungen in deren Qualitätsurteile ein. Dennoch wird im praktischen Journalismus stets auch auf vorhandene Orientierungen wie Programme und Blattlinien zurückgegriffen (vgl. Fabris 2000: 365).

Bucher unterteilt die in Bezug auf Qualitätsurteile über den Journalismus handelnden Personen in fünf Anspruchsgruppen:

Die **RepräsentantInnen des Rechtssystems** sollen einerseits eine bestimmte Mindestqualität im Journalismus sichern und andererseits die Einhaltung weiterer juristischer Regeln, wie etwa den Persönlichkeitsschutz betreffende, überprüfen. Faktische Grundlagen sind hier für das deutsche Beispiel die Presse- und Mediengesetze auf Länderebene, die etwa die journalistische Sorgfaltspflicht festschreiben (vgl. Bucher 2003: 12 sowie Neuberger 2004: 35).

MedienpraktikerInnen im Diskurs zielen auf die Kontrolle und die Sicherung publizistischer Qualität anhand professioneller Handlungsregeln ab. Dadurch positionieren und legitimieren sie sich und ihre Produkte im medialen Wettbewerb (vgl. Bucher 2003: 12 und Neuberger 2004: 35). Journalistische ExpertInnen hingegen können aufgrund ihrer beruflichen Sozialisation tendenziell genauere Qualitätsaussagen liefern – wobei auch hier der Einwand zu hoher Subjektivität aufgrund der Orientierung an den KollegInnen zum Tragen kommt (vgl. Ruß-Mohl 1996: 106 f.). Da journalistische Qualität als Konstrukt jedoch beidseitig entsteht – schließlich kommen die Gratifikationen der RezipientInnenseite zu Gute – muss die NutzerInnennachfrage mit den journalistischen Berufsnormen ergänzt werden. Da diese als praktizistische Normen, etwa als Redaktionsstatuten festgelegt, jedoch nur beschränktes kritisches Potential haben (vgl. Neuberger 2004: 37 f.), ist hier die Kommunikationswissenschaft gefordert.

Zu den **medienexternen RepräsentantInnen** sind PolitikerInnen sowie kirchliche und gewerkschaftliche Verbände zu rechnen. Der Medienkritik können sie nicht nur als Quellen und Anregungen dienen, sondern werden in medienpolitischen und medienethischen Fragen oft als AnsprechpartnerInnen gesucht (Engels 20005d: 502 f.). Ihre Beurteilungskriterien journalistischer Qualität unterscheiden sich stark und dienen häufig der strategischen Erfüllung anderer Ziele (vgl. Bucher 2003: 13 sowie Neuberger 2004: 35).

In die Gruppe der medienexternen RepräsentantInnen fallen auch die Presseräte, die in fast allen europäischen Staaten institutionalisiert sind. In der Bundesrepublik Deutschland setzt sich der Presserat aus den VertreterInnen der vier VerlegerInnen- und

JournalistInnenorganisationen zusammen¹⁴. Das 20-köpfige Plenum berät vier Mal im Jahr zu rechtlichen, finanziellen und personalpolitischen Fragen. Es wählt den Beschwerdeausschuss, der sich fünf bis sechs Mal pro Jahr in zwei Kammern mit aktuellen Beschwerdeeingängen befasst. In begründeten Fällen spricht er eine Sanktion aus. Je nach Schwere des Verstoßes gegen die journalistische Berufsethik sind ein Hinweis, eine Missbilligung, eine öffentliche Rüge sowie eine nicht-öffentliche Rüge denkbar (vgl. Desgranges; Wassink 2005: 82 f.). Die Zielsetzung der Arbeit des Presserats besteht darin, kollegialen Rat an die Redaktionen zu geben und dadurch als Insiderkritik journalistische Fehlleistungen zu korrigieren. Durch diese Praxis soll ein übergreifender Berufsethos in den Redaktionen etabliert werden (vgl. ebd.: 84).

Zudem wird immer wieder die Forderung nach einer „Stiftung Medientest“ laut. Ihre Befürworter gehen davon aus, dass eine solche Stiftung das Bewusstsein für Medienqualität erhöhen und dadurch Möglichkeiten zum kritischen Mediengebrauch offen halten könne. Die Aufgabe des bis dato fiktiven Gremiums: Die Herstellung von Transparenz in Fragen der Qualität anhand klarer Kriterien (vgl. Alsdorf 2007: 107).

Stärkere Objektivierung der Qualitätsdebatte ist seitens der **medienexternen ExpertInnen** zu erwarten. WissenschaftlerInnen etwa setzen sich die Einbindung der Qualitätsproblematik in eine Gesamttheorie mit höherer Reichweite zum Ziel (vgl. Bucher 2003: 13 sowie Neuberger 2004: 35). Allerdings findet wegen des naturgemäßen Zeitrückstands der Wissenschaft im Vergleich zur Praxis und aufgrund der häufig unterstellten Praxisferne zwischen diesen Polen relativ wenig Transfer statt (Engels 2005d: 503).

Außerhalb der betroffenen Medien, aber innerhalb medialer Expertise agieren auch JournalistInnenpreise als Instanzen der Journalismuskritik. Während Ruß-Mohl diese mit „blauen Verkehrsschildern“ (Ruß-Mohl 1996: 104), die quasi Soll-Vorstellungen darstellen, verglichen hat, muss man dennoch bei der Bewertung von Journalismuspreisen auch Abstriche machen. Zum einen drücken die subjektiven Jury-Entscheidungen, nicht nur die Statuten der jeweiligen Organisation aus, sondern auch persönliche Wertmaßstäbe (vgl. Fabris 2001: 25).

¹⁴ Zu nennen sind hier der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ), der Deutsche Journalistenverband (DJV) sowie der Fachbereich Medien der Gewerkschaft ver.di (dju).

Das **Medienpublikum** hingegen nutzt Qualitätsurteile utilitaristisch: Mit ihnen können Nutzungsempfehlungen ausgesprochen werden und die eigene Rezeption eingeordnet werden. Bucher ordnet auch medial verbreitete Medienkritik in diesen Diskursbereich ein (vgl. Bucher 2003: 13 sowie Neuberger 2004: 35).

6.2.5 Medienkritik und Qualitätsanforderungen

Nach der Zusammenfassung von Qualitätskriterien, die für jeden Aspekt des Journalismus geltend gemacht werden können, sollen hier – auch anknüpfend an die eingangs beschriebenen Problemfelder der Medienkritik im Unterkapitel 4.4.2 - spezifische Qualitätsanforderungen an dieses Subgenre festgehalten werden.

Leder zufolge liegt Qualität der einzelnen medienkritischen Arbeit in ihrer intersubjektiven Nachvollziehbarkeit. Medienkritik soll demzufolge auch denjenigen RezipientInnen verständlich sein, die das thematisierte Medienprodukt nicht selbst gesehen, gehört oder gelesen haben (vgl. Leder 2005: 375 f.).

Ein weiterer zentraler Fokus, wenn es um die Qualität von Medienkritik geht, ist ihr Augenmerk auf Zusammenhänge. Einerseits wird postuliert, dass Medienkritik aktuelle Tendenzen mit der medialen Vergangenheit in Verbindung setzt. Andererseits soll sich diese die zunehmende Internationalisierung der Medienbranche selbst zu Nutze machen. Eine weitere generelle Anforderung an qualitativ hochwertige Medienkritik wird im Herstellen und Berücksichtigen von Zusammenhängen zwischen der Inhaltsebene von Medienprodukten und deren ökonomisch-strukturellen Entstehungszusammenhang gesehen (Engels 2005e: 436). Bezogen auf die Nutzungspraxis soll die Medienkritik stets die eigene Perspektive und daraus eventuelle Unterschiede zum gleichsam alltäglichen Gebrauch bedenken – natürlich ohne den ihr eigenen fachlichen Zugang zu negieren. In Zusammenhang mit diesem Qualitäts-Desiderat steht auch die Anforderung an die Medienkritik, „sich tendenziell für alle Medien, alle Gattungen, alle Niveaus zu interessieren“ (Leder 2005: 376). Eine Abwendung von wenig renommierten Genres oder Produkten auf Grund des eigenen Geschmacks oder Selbstbildes ist also für das Funktionieren der Medienkritik nicht förderlich.

Zusammenfassend bleibt zu sagen, dass für die Medienkritik selbstredend alle allgemein postulierten Qualitätskriterien, aufgeführt unter 6.2.6 in dieser Arbeit, genauso gelten wie für die Medien, die sie kritisch begleiten (vgl. Leder 2005: 371 ff.).

6.2.6 Exkurs: Qualitätsforschung in der Kommunikationswissenschaft

Bevor sich die Arbeit der Frage annähert, wie journalistische Qualität zu kategorisieren ist, soll an dieser Stelle der zeitliche und paradigmatische Verlauf der diesbezüglichen Debatte in der Kommunikationswissenschaft nachgezeichnet werden. Die Frage, was Journalismus soll und darf, begleitet die gesamte Geschichte der Massenmedien. Die Kategorie der journalistischen Qualität in journalismustheoretischen Ansätzen bleibt dennoch die Ausnahme (vgl. Bucher 2003: 11).

Gründe für dieses Theoriedefizit lassen sich vielerorts finden. Zum einen geht das auf Max Weber zurückzuführende Wertfreiheitspostulat von einer positivistischen, an der Empirie orientierten Wissenschaft aus – Wertungen, denen Aussagen über Qualität letztendlich nahekommen, sind auch in der Kommunikationswissenschaft verpönt.

Natürlich sind der Qualitätsbegriff und seine Komplexität ein weiterer Grund für das bestehende Forschungsdefizit. Qualität ist als Beobachterkonstrukt zu verstehen, welches je nach Perspektive differiert. Zudem kann eine Qualitätsdebatte auf verschiedenste Aspekte der Medienkommunikation abzielen. Beispielsweise können Produkte, aber auch Redaktionsstrukturen oder Ausbildungsfragen diskutiert werden (vgl. Bucher 2003: 13 sowie Held; Ruß-Mohl 2005: 54). Eine weitere Ursache der Komplexität der Qualitätsdebatte sind die konfligierenden Maßstäbe, die journalistische Qualität definieren. Etwa können Anforderungen des journalistischen Handwerks mit religiösen Maßstäben oder dem Persönlichkeitsschutz kollidieren.

Fabris gliedert die Provenienz von Konzepten zur Bestimmung journalistischer Qualität folgendermaßen auf:

- Kommunikationswissenschaftliche Theorien stammen aus Einzelarbeiten, Sammelbänden und „Klassikern“ wie Ruß-Mohls „I-Faktor“.
- Theorien aus anderen Wissenschaftsbereichen tangieren Qualitätsfragen meist nur auf abstrakter und allgemeiner Basis.
- Öffentlich teils sehr präsenste Alltagstheorien bezeichnen eine Mixtur aus Ansprüchen und journalistischen Normen, die als Anregung für eine wissenschaftliche Klärung genutzt werden können (vgl. Fabris 2000: 365 f.).

Trotz der Hemmschuhe, die die Debatte begleiten, scheint sich die Kommunikationswissenschaft in der Qualitätsfrage weiter zu entwickeln. Vor etwas mehr als einem Jahrzehnt galten „weiche“ Qualitätskriterien wie Vielfalt und Relevanz als Geschmacksgüter und weithin als nicht objektiv messbar (vgl. Heinrich 1996: 167).

Ausnahmen bilden hier etwa eine Studie von Saxer und Kull, die anhand des semiotischen Zeichenprozessmodells den Entstehungsprozess redaktioneller Beiträge verfolgten und daraus einen Katalog von Qualitätskriterien formulierten. Genannt werden hier etwa publizistische Relevanz, Publikumsanforderungen und Forderungen der Programmpolitik sowie institutionelle Normen (vgl. Saxer; Kull 1981: 15 ff.).

Zu Beginn der neunziger Jahre lässt sich eine verstärkte Auseinandersetzung mit der Frage publizistischer Qualität feststellen. Ein Kriterienkatalog für TV-Qualität führt aus der Mediengesetzgebung inspirierte Dimensionen wie Vielfalt, Relevanz, Professionalität, Akzeptanz und Rechtmäßigkeit. Durch eine ansatzweise praktizierte Operationalisierung sind sie als „Vorstufe einer empirischen Untersuchung“ zu betrachten (Schatz; Schulz 1992: 690). Nach weiteren Ausdifferenzierungen der Kriterienkataloge durch verschiedene Autoren wie etwa Rager konstatierte Ruß-Mohl das unter 6.2.6 als Grundlage für Qualitätskriterien verwendete „magische Vieleck“ (Ruß-Mohl 1996: 103). Wallisch hingegen adaptierte Ansätze aus der Philosophie und der Literaturwissenschaft in Hinblick auf eine publizistikwissenschaftliche Qualitätskonstruktion (vgl. Wallisch 1995: 93 f.).

Inzwischen werden in der Kommunikationswissenschaft Möglichkeiten aufgezeigt, den sprichwörtlichen „Qualitäts-Pudding“ an die Wand zu nageln: Held und Ruß-Mohl zufolge

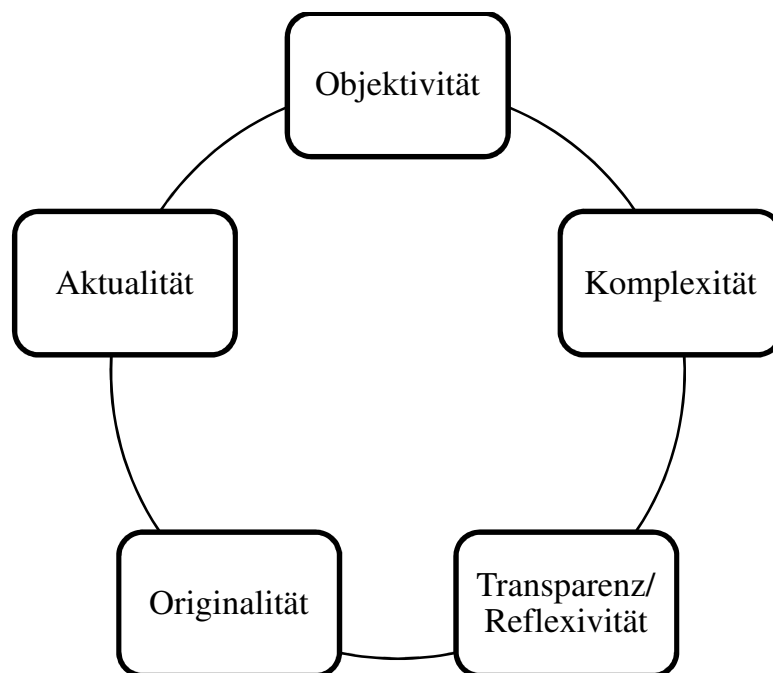
bietet ein Methodenmix besonders verlässliche Qualitätsaussagen für den Journalismus. „Harte“ Qualitätskriterien wie Richtigkeit und Aktualität sollen etwa inhaltsanalytisch gemessen werden, die Messung der Publikumsgunst ergänzt die dadurch gewonnenen Erkenntnisse. Weiter sind Kriterien wie ExpertInnenurteile und Indikatoren wie das Budget oder die Personaldecke einer Redaktion relevant (vgl. Held; Ruß-Mohl 2005: 56 ff.).

6.2.7 Kriterien journalistischer Qualität – Eine Synopse

„Einen Qualitätsmaßstab gibt es nicht“ (Ruß-Mohl 1994: 94; Ruß-Mohl 1996: 102, Hervorhebung im Original). Abhängige Faktoren wie Genre, Medium oder Zielgruppe erschweren die Findung eines konsensfähigen Katalogs. Natürlich kann auch diese Arbeit einen solchen nicht generieren. In diesem Unterkapitel geht es also vorrangig darum, Qualitätskriterien unterschiedlicher Provenienzen und Reichweiten in ein Raster zu fassen.

Die Perspektiven, von denen aus Qualitätsurteile über Journalismus getroffen werden, dividiert Neuberger in zwei Gruppen. Zum einen urteilen ExpertInnenen wie AkteurInnen aus Journalismus und Politik sowie die im Fokus dieser Arbeit stehenden „*media watchdogs*“ über journalistische Qualität. Zum anderen treffen direkt von Journalismus betroffene Anspruchsgruppen wie etwa Interviewte ihr Urteil (vgl. Neuberger 2004). Ihre Perspektiven unterscheiden sich, was wiederum für das Desiderat eines Netzwerkcharakters der Qualitätsbeurteilung spricht (vgl. Neuberger 2004: 35 sowie Ruß-Mohl 1994: 101).

Das Grundgerüst, die Zweckerfüllung journalistischer Qualität betreffend, bildet in dieser Arbeit Ruß-Mohls „magisches Vieleck“. Den von Ruß-Mohl postulierten Zielen werden in einer Zusammenschau auch Qualitätskriterien anderer AutorInnen zugeordnet und um die für die Untersuchung relevanten Richtlinien des Deutschen Presserates ergänzt. So ergibt sich eine multiperspektivische Zusammenschau von Qualitätskriterien, die von allgemeiner Relevanz sind.

Abb. 2: „Magisches Vieleck“**„Magisches Vieleck“ (adaptiert nach Ruß-Mohl 1994: 96)**

Zur **Komplexitätsreduktion** sind folgende Qualitätskriterien gefordert:

- „Faktentreue“ (Ruß-Mohl 1996: 103¹⁵; Armbrorst 2006: 124; Pressekodex Ziffer 1¹⁶ zit. Nach Desgranges; Wassink 2005: 89)
- „Vereinfachung“ (Ruß-Mohl 1996: 103)
- „Verständlichkeit in Sprache und Kontext“ (Ruß-Mohl 1996: 103; vgl. Rager 1994: 202; vgl. Rau 2000)

Dem – vielfach umstrittenen¹⁷ – hehren Ziel der **Objektivität** dienen folgende Kriterien:

- „Rechtmäßigkeit“ (Schatz; Schulz 1992: 708) Dieses Kriterium zielt darauf ab, dass sich Medienberichterstattung innerhalb des gesetzlichen Rahmens bewegt (vgl. Schatz; Schulz 1992: 708). Die Verwendung der Rechtmäßigkeit als

¹⁵ Die im Folgenden aufgeführten Qualitätskriterien Ruß-Mohls greifen hier zwar auf Ruß-Mohl 1996 zurück, sind aber auch in „Der I-Faktor“ des Autors aus 1994 zu finden. Dies wird der Übersichtlichkeit halber nicht bei jedem Zitat aufgeführt.

¹⁶ Hier sind unter Pressekodex die publizistischen Grundsätze des Deutschen Presserats zu verstehen.

¹⁷ Auf die vor allem im Konstruktivismus geführte Debatte, ob Objektivität überhaupt existieren kann, soll hier nicht eingegangen werden.

Qualitätskriterium wird zwar teils kritisiert¹⁸, soll hier aber aufgenommen werden, da gerade dieses Kriterium nicht immer erfüllt wird.

- perspektivische „Vielfalt“ und „Ausgewogenheit“ (Ruß-Mohl 1996: 103)
Schatz und Schulz zufolge ist Vielfalt zum einen auf das gesamte publizistische Angebot eines Mediums zu beziehen, zum anderen auf Tatsachen, Meinungen und Gruppen (vgl. Schatz; Schulz 1992: 693). Für diese Untersuchung ist nur letzteres Verständnis relevant, da monothematische Medienkritik sich nur mit einem Medium befasst.
- „Faktentreue“ (Ruß-Mohl 1996: 103; Pressekodex Ziffer 1 zit. Nach Desgranges; Wassink 2005: 89)
- „Beachtung der Nachrichtenwerte“ (Ruß-Mohl 1996: 103)
- „Trennung von Nachricht und Meinung“ (Ruß-Mohl 1996: 103; Armbrorst 2006: 124)
- „Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung“ (Pressekodex Ziffer 7, zit. Nach Desgranges; Wassink 2005: 94)
- Bereitstellung von „Hintergrundinformation“, sorgfältige Recherche (Ruß-Mohl 1996: 103; Rager 1994: 200; Armbrorst 2006: 124)
- Auch der „Verzicht auf diffamierende Kritik und Diskriminierung“ (Armbrorst 2006: 124; Pressekodex Ziffer 12, zit. Nach Desgranges; Wassink 2005: 98) ist hier einzuordnen.
- Privatleben und Intimsphäre des Menschen müssen beachtet werden (vgl. Pressekodex Ziffer 8, zit. Nach Desgranges; Wassink 2005: 96), Ausnahmen gibt es, wenn öffentliche Interessen berührt werden.
- Vorurteilsfreie Berichterstattung über juristische Verfahren (vgl. Pressekodex Ziffer 13, zit. Nach Desgranges; Wassink 2005: 98) bedeutet, dass in der Regel auf Namensnennung und Abbildungen von Opfern und TäterInnen in Ermittlungs- und Gerichtsverfahren verzichtet werden muss. Präjudizierende Stellungnahmen sind zu unterlassen.

¹⁸ Etwa Hutter 2007: 43; Rager 1994: 195

Um **Transparenz** und **Reflexivität** zu erreichen, sollen JournalistInnen Folgendes beachten:

- Sich bei der Recherche zu erkennen geben (vgl. Pressekodex Ziffer 4, zit. Nach Desgranges; Wassink: 93)
- Umstände der Berichterstattung offenlegen (vgl. Ruß-Mohl 1996: 103)
- Quellenkritik üben, Quellen präzise angeben; unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen als solche kennzeichnen (vgl. Ruß-Mohl 1996: 103; vgl. Armbrorst 2006: 124; vgl. Pressekodex Ziffer 2, zit. Nach Desgranges; Wassink 2005: 90)
- Fehler richtigstellen (vgl. Armbrorst 2006: 124; vgl. Pressekodex Ziffer 3, zit. Nach Desgranges; Wassink 2005: 92)

Dem Ziel der **Originalität** dienen folgende Maßnahmen:

- Leseanreiz schaffen (vgl. Ruß-Mohl 1996: 103)
- „Gegeninformation“ bereitstellen, Eigenrecherche betreiben (Ruß-Mohl 1996:103)

Für das Erreichen des Ziels der **Aktualität** müssen JournalistInnen:

- anhand des Kriteriums der Neuigkeit
- und der Wichtigkeit selektieren (vgl. Ruß-Mohl 1996: 103; vgl. Rager 1994: 190 ff.).

Diese Aufgliederung von Qualitätszielen und die ihr von Ruß-Mohl zugeordneten Qualitätskriterien werden im wissenschaftlichen Diskurs teils kritisiert.¹⁹ Aufgrund der umfassenden Abdeckung des Untersuchungsgegenstandes durch das „magische Vieleck“ dienen sie dieser Arbeit dennoch als wichtiger Ansatzpunkt. Nicht übergangen werden soll allerdings die Warnung vor einem allzu konformen Journalismus, wenn journalistische Leistungen zu sehr standardisiert werden (vgl. Haas; Lojka 1999: 116).

In der Zusammenschau der hier dargestellten journalistischen Qualitätskriterien fällt auf, dass Praxis, Gesetzgeber und Wissenschaft zwischen „harten“ und „weichen“ Qualitätsansprüchen unterscheiden. Erstere haben eine meritorische Dimension und sind

¹⁹ Neuberger etwa spricht von mangelnder Trennschärfe und theoretischen Begründungsschwäche bei Ruß-Mohls Kriterienkatalog (vgl. Neuberger 2004: 36 f.)

für die gesellschaftliche Funktionserfüllung des Journalismus unverzichtbar – Gebote wie die Trennung von Nachricht und Meinung sowie die Faktentreue sind quasi Qualitätskriterien **an sich**. Schließlich benötigt eine pluralistische Demokratie die Informationsinfrastruktur, die Massenmedien bereitstellen (vgl. Vlasic 2004: 21).

Als Kriterien **für sich** sollen hier Forderungen wie die Schaffung von Leseanreizen bezeichnet werden. Ihre Erfüllung bereichert zwar den Journalismus als Infrastruktur für Wissen genauso wie für sprachliche Ästhetik, übt aber nicht den oben genannten Zwang auf das Funktionieren des Journalismus selbst aus.

Zusätzlich fällt auf, dass die kommunikationswissenschaftliche Qualitätsdebatte oftmals mit Fragen der Ethik überlappt. Oft wird erwartet, dass sich Qualität im Journalismus einstelle, würden nur moralische Regeln beachtet. Dem wissenschaftlichen Diskurs vorgelagert sind die beiden Begriffe im Alltagsverständnis fast austauschbar, wenn es um „guten Journalismus“ geht (vgl. Fabris; Renger 2003: 82).

Welche der oben genannten Kriterien der Empirie grundgelegt werden, kann nicht allein anhand ihrer Häufigkeit in der wissenschaftlichen Literatur entschieden werden. Aus pragmatischen Gründen muss nicht nur die inhaltliche Relevanz der theoretischen Begriffe, sondern auch die Operationalisierbarkeit für den Untersuchungsgegenstand dieser vergleichenden Arbeit eine Rolle spielen.

Daher ist beispielsweise zu konstatieren, dass sich das Kriterium der perspektivischen Vielfalt und Ausgewogenheit (Zielkomplex Objektivität) nicht auf publizistische Vielfalt im Gesamtkanon der Medienlandschaft bezieht, sondern auf Ausgewogenheit in dem jeweiligen Medienprodukt, das die ausgewählten Fallbeispiele monothematisch kritisieren.

Das Kriterium der Faktentreue im Zielkomplex Komplexitätsreduktion soll nicht als Kategorie in die nachfolgende Untersuchung einfließen. Zum einen wäre die methodisch geforderte analytische Trennschärfe nicht gegeben, da die Faktentreue bereits ein Kriterium die Objektivität betreffend darstellt. Zum anderen ist die Faktentreue in Bezug auf die Reflexion von Komplexität nur dann thematisierbar, wenn die Bandbreite der Informationen zu einem Thema, die das kritisierte Medium vor der Berichterstattung zur Verfügung hatte, bekannt ist. Da davon bei den von den Redaktionen der Leitmedien

unabhängigen Watchblogs nicht auszugehen ist, wird an dieser Stelle von dem Kriterium Faktentreue im Zielkomplex Komplexitätsreduktion abgesehen.

Dem Modell des „magischen Vielecks“ zufolge wird das Qualitätsziel der Originalität durch die Kriterien der Bereitstellung von Gegeninformation sowie der Schaffung eines Leseanreizes beschrieben. Hier muss eingeräumt werden, dass das letztere Kriterium durch die Methodik dieser Arbeit nicht zu untersuchen ist. Um die Schaffung von Leseanreizen zu beurteilen, müssten den Medienkritik betreibenden Watchblogs Nutzungsinformationen über die thematisierten Medien zur Verfügung stehen.

Im Gegensatz zu Untersuchungen, die eine wissenschaftliche Qualitätsmessung einzelner Medien unternehmen (etwa Hutter 2007), geht es in dieser Arbeit um Kommunikationen, die eine Verfehlung journalistischer Qualitätskriterien thematisieren. Die oben zusammengefassten Kriterien sind in der Empirie quasi als „Schwarzbuch“-Dimensionen zu verstehen, die letztendlich bestimmte Funktionsebenen der Medienkritik tangieren. Die Operationalisierung und die damit einhergehende Erstellung des Kategorienschemas werden nach der Vorstellung der Fallbeispiele unter Kapitel 9.3 vorgenommen.

7 Fallbeispiele

Als Watchblogs haben sich die drei gewählten Fallbeispiele auf die kritische Auseinandersetzung mit Journalismus spezialisiert. Gliedert man die Netzwelt in den Grad der Involvierung von NutzerInnen auf, so sind Blogs wie www.bildblog.de, www.zeit.de/meckern und www.spiegelkritik.de als Individualformate der professionell-partizipativen Nachrichtensites zu betrachten. Ihre Produktion funktioniert zumindest partiell nach dem Motto „*bottom up*“ (Engesser 2008: 111).

Zur nachfolgenden Beschreibung der Fallbeispiele wurden die im Impressum angegebenen Eckdaten verwendet und im Fall des „Bildblogs“ um die Ergebnisse wissenschaftlicher Arbeiten ergänzt.

7.1 „Bildblog“

„Die kleinen Merkwürdigkeiten und das große Schlimme“ der größten deutschen Tageszeitung kommentieren: So lautet die Zielsetzung des „Bildblogs“ (N.N./o.J.: Was passiert hier?; <http://www.bildblog.de/bildblog.php>; abgerufen am 20.11.2008). Mit etwa 40.000 Besuchern pro Tag rangiert www.bildblog.de unter den populärsten Weblog-Angeboten in Deutschland (vgl. Fengler 2008: 157) und dient als Paradebeispiel der in Kapitel 5.4.2 beschriebenen J-Blogs (vgl. Schmidt 2006: 135). Es wurde im Juni 2004 von den Medienjournalisten Stefan Niggemeier und Christoph Schultheiß gegründet und befasst sich mit der „Bild“, der „Bild am Sonntag (BamS)“ sowie dem Online-Auftritt „www.bild.de“. Seit seinem Bestehen wurde das Projekt mit dem Grimme-Preis 2005 sowie dem „Leuchtturm“ 2005 des Netzwerk Recherche ausgezeichnet (vgl. Mayer et al. 2008: 5), in diesem Jahr folgte der Gutedel-Preis (vgl. N.N./o.J.: Wir über uns; <http://www.bildblog.de/faq.php>; abgerufen am 25.9.2008).

Tagesaktuell gehen die dort tätigen Journalisten „fragwürdigen“ Partikeln der „Bild“-Berichterstattung nach und recherchieren die Fakten nach, oft auch auf Hinweise der RezipientInnen hin (N.N./o.J.: Wir über uns; <http://www.bildblog.de/faq.php>; abgerufen am 25.9.2008).

In Bezug auf die Finanzierung ist auffällig, dass der „Bildblog“ auf der Startseite zur Unterstützung seiner Tätigkeit aufruft sowie „Fanartikel“ zum Kauf anbietet. Dass dies auch bei medienkritischen Blogs in den USA Usus ist, zeigt Fengler auf (vgl. Fengler 2008: 165).

Es ist festzustellen, dass zumindest der „Bildblog“ Elemente der Komplementarität aufweist. Neben den professionellen Blog-Betreibern agieren dort LaiInnen, die mit Hilfe „sachdienlicher Hinweise“ an der Content-Erstellung mitarbeiten. Sie können also als Quellen, aber auch als RezipientInnen agieren (vgl. Neuberger 2008b: 32).

Ansonsten ist zu erwähnen, dass die Berichterstattung im „Bildblog“ in acht Rubriken aufgegliedert ist. Hier finden sich „Merkwürdiges“, „Politisches“, „Vermischtes“, „Moralisches“, „Kommerzielles“, „Grob Fahrlässiges“, „Unsportliches“ sowie „Privates“. Ansonsten finden sich auf der Startseite des Weblogs eine Suchfunktion innerhalb des Blogs, eine Zusammenstellung der zuletzt aktualisierten Artikel sowie eine Linksammlung zu Artikeln anderer Blogs. In der Rubrik „Bildblog-Extras“ findet die NutzerInnenschaft auf Unterhaltung ausgelegte Gimmicks wie etwa den „Schlagzeil-o-Mat“ und das „Bild-Wörterbuch“ mit den boulevardesken Neologismen der kritisierten Zeitung. Zudem findet sich ein vollständiges Archiv der Presserats-Rügen in Bezug auf „Bild“-Medien (vgl. N.N./o.J.: Wir über uns; <http://www.bildblog.de/faq.php>; abgerufen am 25.9.2008).

7.2 „Spiegelkritik“

www.spiegelkritik.de wurde 2006 gegründet. Die Zielsetzung des Blogs besteht laut Eigenbeschreibung in der Beachtung journalistischer Aspekte, die kollegiale Auseinandersetzung wird betont. Vom „Bildblog“ grenzt sich die Spiegelkritik insofern ab, als dass das Magazin „Der Spiegel“ und seine Online-Ausgabe als hochwertige, nicht bekämpfenswerte journalistische Angebote bezeichnet werden. Analog zum „Bildblog“ wird das medienkritische Engagement aber auch hier mit der hohen Verantwortung des kritisierten Mediums begründet, die teils vernachlässigt werde (vgl. N.N./o.J.: FAQ & Impressum; <http://spiegelkritik.de/warum>; abgerufen am 25.9.2008). Auch bei „Spiegelkritik“ wird mit Hinweisen der RezipientInnenschaft gearbeitet. Eine festgelegte Rubrikeneinteilung wie bei „Bildblog“ findet sich hier nicht, die Blog-Einträge werden

zumeist nur mit ihrer Textüberschrift gelistet. Sachliche Fehler und Detailkritik läuft unter der Rubrik „Korinthen“ und wird fortlaufend nummeriert. In Bezug auf die BesucherInnenzahlen rangiert die Spiegelkritik mit etwa 600 Visits pro Tag²⁰ weit hinter der Popularität des Bildblogs.

Abgesehen von dem Button „Best of“ finden sich auf der Startseite von „Spiegelkritik“ lediglich ein Archiv und die aktuellen Beiträge. Zudem besteht eine große Linksammlung von medienrelevanten Online-Angeboten, die nicht in Verbindung mit „Spiegelkritik“ stehen. Tagesaktualität findet sich hier nicht zwingend, neue Artikel finden sich im zeitlichen Abstand von bis zu zwei Wochen.

7.3 „Meckern“

Zwar geht es auch beim „Mecker“-Blog, der sich mit der Wochenzeitung „Die Zeit“ befasst, um die Beobachtung der journalistischen Qualität eines Mediums, dem durchaus Leitfunktion zugeschrieben werden kann, dennoch besteht ein markanter Unterschied. Im Gegensatz zu den beiden oben genannten Fallbeispielen ist der „Mecker“-Blog Teil des kritisierten Mediums. Nach eigenen Angaben übernimmt ein unabhängiger Journalist die Watchdog-Funktion, dessen Beiträge jedoch nicht zensiert oder redigiert werden (N.N./o.J.: Über dieses Blog; <http://blog.zeit.de/meckern>; abgerufen am 5.10.2008). Dennoch besteht natürlich eine ökonomische Beziehung zwischen Beobachter und beobachtetem Medium. Unter dem Label „Meckern“ befasst sich der Blog ausschließlich mit der Online-Ausgabe der Wochenzeitung „Die Zeit“, „Zeit online“.

Als Rubriken finden sich „Redaktionelles“, „Technisches“, „In eigener Sache“, „Minima“, „Suchpfade“, „Barrierefreiheit“, „Gebrummel“, „Grrrm“, „Humorillen“, „Leser schreiben“, „Kooperationen“, „UnZEITiges“ und „Werbung“.

²⁰ E-Mail von Betreiber Timo Rieg an die Verfasserin vom 6.10.2008

8 Forschungsfragen

Nach der Diskussion des Forschungsstandes zur Selbstbeobachtung der Medien einschließlich der Medienkritik mit ihren Funktionen und Formen fokussierte sich die Arbeit nach der Ausführung des grundlegenden Verständnisses der Entwicklungen im Online-Bereich seitens der Kommunikationswissenschaft auf Medienkritik mittels Watchblogs. Anschließend wurde das Konstrukt der journalistischen Qualität behandelt. Im Anschluss an die kurze Vorstellung der Fallbeispiele sollen hier die Forschungsfragen postuliert werden, die der Untersuchung zu Grunde liegen. An die Hypothesen schließt jeweils eine Begriffsexplikation an, in der der Bedeutungsgehalt der verwendeten theoretischen Konstrukte geklärt werden soll.

Wie ganz zu Anfang der Arbeit erläutert, stellt sich die forschungsleitende Frage, welche Qualitätskriterien monothematische Watchblogs bei den von ihnen beobachteten Leitmedien thematisieren und wie diese Kritik journalistisch zu charakterisieren ist, besonders in Hinblick auf unterhaltende Elemente. Dem Fragenkomplex nach den getroffenen Qualitätsurteilen, sprich den Handlungsfakten, wird demnach ein qualifizierender Fragenkomplex zur Seite gestellt.

F1: Besteht bezüglich der Häufigkeit der Thematisierung des Qualitätsziels der Komplexitätsreduktion ein Unterschied zwischen den Qualitätsurteilen des „Bildblogs“ einerseits sowie „Spiegelkritik“ und „Meckern“ andererseits?

H1: Zwischen den Urteilen des „Bildblogs“ und von „Spiegelkritik“ und „Meckern“ bezüglich der Häufigkeit der Thematisierung des Qualitätsziels der Komplexitätsreduktion besteht kein prägnanter Unterschied.

Das Qualitätsziel der Komplexitätsreduktion wird dem Qualitätsmodell dieser Arbeit zufolge durch die Kriterien der Vereinfachung sowie der Verständlichkeit in Sprache und Kontext bezeichnet (siehe 6.2.7). Da die Reduktion von Komplexität und die damit einhergehende soziale Orientierung als eine der grundlegenden sozialen Funktionen des Journalismus in der Gesellschaft anzusehen ist (Burkart 2002: 386), muss angenommen werden, dass die Qualitätskriterien, die auf dieses Ziel abgestellt sind, genreunabhängig sind. Zwar neigen Boulevardmedien wie die vom „Bildblog“ beobachtete „Bild“-Zeitung ohnehin stärker als die im Sprachgebrauch als Qualitätsmedien bezeichneten Produkte dazu, Sachverhalte zu vereinfachen. Wenn man aber das Ziel der Komplexitätsreduktion auf Kriterienebene betrachtet, muss konstatiert werden, dass auf beiden hier relevanten journalistischen Niveaus Mängel in Hinsicht auf mangelnde oder falsche Vereinfachung sowie Unverständlichkeit denkbar sind. Insofern ist in Bezug auf die Komplexitätsreduktion kein großer Häufigkeitsunterschied zwischen „Bildblog“, „Spiegelkritik“ und „Meckern“ zu erwarten.

Hier und bei den nachfolgenden Forschungsfragen wird unter dem Begriff Qualitätsurteil eine wertende Aussage eines Watchblogs bezogen auf das jeweilig beobachtete Medium oder auf seine Ableger verstanden.

F2: Besteht bezüglich der Häufigkeit der Thematisierung des Qualitätsziels der Objektivität ein Unterschied zwischen den Qualitätsurteilen des „Bildblogs“ und jenen von „Spiegelkritik“ und „Meckern“?

H2: Es ist zu erwarten, dass die Medienkritik des „Bildblogs“ häufiger jene Kriterien, die die Objektivität betreffen, thematisiert als die Medienkritik von „Spiegelkritik“ und „Meckern“.

Das Qualitätsziel der Objektivität wird dem Forschungs- und Rechtsstand zufolge in dieser Arbeit durch folgende Kriterien bezeichnet: Rechtmäßigkeit sowie perspektivische Vielfalt und Ausgewogenheit, Faktentreue, Beachtung der Nachrichtenwerte, Trennung von Nachricht und Meinung, Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung, Bereitstellung von Hintergrundinformationen, Verzicht auf diffamierende Kritik und Diskriminierung, Schutz von Intimsphäre und Privatleben sowie vorurteilsfreie Berichterstattung über juristische Verfahren (siehe 6.2.7). Bis auf die beiden erstgenannten beziehen sich diese Kriterien auf journalistische Berufsregeln sowie durch Presserat und den Landespressegesetzen Deutschlands normierte Anforderungen. Da sich gerade die „Bild“-Zeitung durch ihre Stellung als Boulevard-Kaufzeitung täglich durch markante Schlagzeilen und Emotionalisierung behaupten muss, ist davon auszugehen, dass von ihr bezüglich der Objektivität mehr Grenzüberschreitungen ausgehen und auch thematisiert werden als von den sogenannten Qualitätsmedien „Die Zeit“ und „Der Spiegel“. Daraus folgt bei einer angenommenen Vergleichbarkeit der kontinuierlichen Medienkritik seitens der Watchblogs, dass Kriterien, die die Objektivität betreffen, im „Bildblog“ häufiger thematisiert werden als bei „Spiegelkritik“ und „Meckern“. Dafür spricht auch die Häufung der Rügen des Deutschen Presserats adressiert an die „Bild“-Zeitung (siehe Unterkapitel 7.1).

F3: Besteht bezüglich der Häufigkeit der Thematisierung des Qualitätsziels der Transparenz/Reflexivität ein Unterschied zwischen den Qualitätsurteilen des „Bildblogs“ und jenen von „Spiegelkritik“ und „Meckern“?

H3: Es ist zu erwarten, dass bezüglich des Qualitätsziels der Transparenz/Reflexivität kein prägnanter Häufigkeitsunterschied zwischen der Medienkritik einerseits des „Bildblogs“ und andererseits „Spiegelkritik“ und „Meckern“ besteht.

Grundsätzlich ist das Kriterium der Reflexionsfähigkeit eine Kompetenz, die zur sozialen Orientierung allgemein vom Journalismus verlangt wird (siehe 4.4.2.1). Zusätzlich ist hier das unter 4.4.2.3 beschriebene Distanzproblem zu nennen, wonach eine effektive Selbstbeobachtung des Journalismus, dessen Aufgabe es ist, gesellschaftliche Vorgänge zu beobachten, stets erschwert ist. Aus dieser allgemeinen Problemlage ist zu schließen, dass die Kriterien des Qualitätsziels der Transparenz und Reflexivität (sich bei der Recherche zu erkennen geben, Offenlegung der Umstände der Berichterstattung, Quellenpräzision, Kennzeichnung von Vermutungen sowie Richtigstellung von Fehlern) bei allen drei untersuchten Watchblogs ähnlich häufig thematisiert werden, wenn auch aus anderen Ursachen. Schließlich wird mangelnde Transparenz und Reflexion über eigene journalistische Arbeitsweisen in Bezug auf Boulevard und sogenannte Qualitätspresse gleichermaßen beklagt.

F4: Besteht bezüglich der Häufigkeit der Thematisierung des Qualitätsziels der Originalität ein Unterschied zwischen den Qualitätsurteilen des „Bildblogs“ und jenen von „Spiegelkritik“ und „Meckern“?

H4: Bezüglich des Qualitätsziels der Originalität ist zu erwarten, dass der „Bildblog“ dieses häufiger thematisiert als „Spiegelkritik“ und „Meckern“.

Wenn man sich zur Beantwortung der Frage, welche Häufigkeit bei der Bemänglung von Originalität seitens der Medienkritik via Watchblogs besteht, wie unter 6.2.7 erläutert, lediglich auf das Kriterium der Bereitstellung von Gegeninformation beruft, ist von einer Häufung der Bemänglung dieses Kriteriums seitens des „Bildblogs“ auszugehen. Wie zur 2. Hypothese bereits erläutert, ist die „Bild“-Zeitung in stärkerem Maße als die sogenannten Qualitätsmedien „Der Spiegel“ und „Die Zeit“ auf Emotionalisierung angewiesen – die mehr oder minder im Kontrast zur Ausgewogenheit zwischen

Informationen aus verschiedenen Quellen, die möglicherweise vom Meinungs-Mainstream abweichen, steht. Dazu kommt die Tagesaktualität der vom „Bildblog“ kritisierten „Bild“-Zeitung. Die wöchentliche Periodizität von „Der Spiegel“ und „Die Zeit“ erlaubt per se einen breiteren Kanon von Informationen.

F5: Besteht bezüglich der Häufigkeit der Thematisierung des Qualitätsziels der Aktualität ein Unterschied zwischen den Qualitätsurteilen des „Bildblogs“ und jenen von „Spiegelkritik“ und „Meckern“?

H5: Es ist zu erwarten, dass das Qualitätsziel der Aktualität seitens des „Bildblogs“ häufiger thematisiert wird als von „Spiegelkritik“ und „Meckern“.

Das Qualitätsziel der Aktualität wird durch das Kriterium der Selektion anhand der Neuigkeit und der Wichtigkeit konstatiert. Auch hier kommen wieder die genrespezifischen Unterschiede zwischen Boulevard und sogenanntem Qualitätsjournalismus zum Tragen. Letzterer orientiert sich trotz mancher gegenläufiger Trends im Großen und Ganzen an den „*hard facts*“, während der Boulevard in stärkerem Maße mit Personalisierung und Thematisierung anschaulicher Einzelfälle arbeitet. Aus diesem Begründungszusammenhang ergibt sich die Annahme, dass der „Bildblog“ häufiger das Kriterium der Selektion nach Wichtigkeit bemängelt. Was die Nachrichtenauswahl anhand der Neuigkeit betrifft, kann die Vorannahme nur durch erfolgten Einblick in die Medienkritik der Fallbeispiele getragen werden. In den Texten auf www.bildblog.de findet sich häufig Kritik daran, dass „Bild“-Medien alte, bereits bekannte Geschichten „aufwärmen“.

F6: Führen monothematische Watchblogs qualitätsbezogene Medienkritik gehäuft anhand rollen-, system- oder akteurInnenorientierter Thematisierung journalistischer Qualität durch?

H6: Watchblogs führen Medienkritik gehäuft durch rollenorientierte Thematisierung journalistischer Qualität durch.

Diese Forschungsfrage bezieht sich auf die Perspektiven, die für Qualitätsurteile über Journalismus denkbar sind (siehe 6.1). Basierend auf die Theorie des Journalismus als kommunikatives Handeln ist anzunehmen, dass rollenorientierte Bestimmungen journalistischer Qualität in medienkritischen Watchblogs gegenüber

akteurInnenorientierten und systemorientierten Bestimmungen überwiegen. Der Grund dafür ist in der Institutionalisierung von Handlungsmustern zu sehen, wie sie der genannten Theorie zufolge durch Regeln konstatiert werden (siehe 3.2). So liegt es nahe, dass seitens der hier untersuchten medienkritischen Watchblogs, die zumindest weitgehend von professionellen JournalistInnen produziert werden, eine Qualitätsbestimmung passiert, die sich gehäuft an nicht individuellen Erwartungen in Zusammenhang mit journalistischen Berufsrollen orientiert. Ein Rückbezug von Qualitätsbestimmungen auf das Funktionieren des Gesamtsystems Journalismus ist aufgrund der monothematischen Ausrichtung der Fallbeispiele nicht zu erwarten.

Der Tätigkeitsbereich von Watchblogs in der Medienkritik ist allgemein zu definieren als kritische Beobachtung der medialen Praxis – bis dato vor allem überregionaler Medien – der Fehlersuche und dem Aufzeigen etwaiger Mängel (siehe 5.2.2).

F7: Welche unterhaltenden Elemente setzen monothematische Watchblogs in ihrer Medienkritik ein? Welche Unterschiede bestehen diesbezüglich zwischen „Bildblog“ sowie „Spiegelkritik“ und „Meckern“?

H7: Monothematische Watchblogs setzen in ihrer Medienkritik Crititainment, Ironie und Blog-Stilmittel als unterhaltende Elemente ein. Es ist zu erwarten, dass beim „Bildblog“ unterhaltende Elemente besonders intensiv zum Tragen kommen.

Da zur Beantwortung dieser Forschungsfrage noch wenig theoretisches Material vorliegt, das zur Begründung der Hypothese verwendet werden kann, geht es hier vorrangig um eine Bestandsaufnahme der unterhaltenden Elemente bei den Fallbeispielen dieser Arbeit.

Wie unter 4.4.3.1 ausgeführt, bindet Crititainment die kritische Beschäftigung mit Medienangeboten in den Unterhaltungskomplex ein. Besonders markant bei diesem Konstrukt ist die Reduktion von Medienkritik auf nicht weiter begründbare Geschmacksurteile. Ironie als die beabsichtigte Diskrepanz zwischen Gesagtem und Gemeintem ist, einem explorativen Blick auf den Untersuchungsgegenstand zufolge, bei allen drei Fallbeispielen ein verwendetes Mittel der Medienberichterstattung. Unter Blog-Stilmittel wird hier vor allem das im „Bildblog“ vertretene Durchstreichen von Wörtern, um ein moralisches oder sonstwie nicht-journalistisches Urteil abzuschwächen, ohne ganz darauf zu verzichten, verstanden. Obwohl Unterhaltungselemente aus allen drei

Fallbeispielen nicht wegzudenken sind, ist dennoch von einer Häufung beim „Bildblog“ auszugehen. Diese wird in einer Vorüberlegung damit begründet, dass die monothematische Beschäftigung mit einem Medium auch eine gewisse Anpassung an das Objekt verlangt. Daraus ließe sich eine starke Unterhaltungsorientierung des „Bildblogs“ erklären, während bei „Spiegelkritik“ und „Meckern“ von einem stärkeren Informationsfokus auszugehen ist.

Monothematische Medienkritik durch Watchblogs wurde in Kapitel 5.5.1 als eine auf ein einzelnes Medium begrenzte Erscheinungsform der Medienkritik definiert, deren Bedeutungszusammenhang aber auch auf andere Medien ausgeweitet werden kann.

9 Methodik der Untersuchung

9.1 Forschungsdesign

Nach der Postulierung der Forschungsfragen und der Generierung von Hypothesen soll an dieser Stelle das methodische Vorgehen dieser Arbeit erläutert und begründet werden. Aufgrund der Tatsache, dass die Medienkritik mittels Watchblogs ein noch wenig untersuchtes Forschungsfeld darstellt – ganz zu schweigen von der geringen Zahl an existierenden Watchblogs im deutschsprachigen Raum – muss hier wissenschaftlich am Einmaligen und Individuellen angesetzt werden. Diese Orientierung entspricht grundsätzlich dem qualitativen Vorgehen in den Sozialwissenschaften und rechtfertigt die Anlage der Untersuchung als Fallstudie (vgl. Mayring 2003: 18). Spezifiziert ausgedrückt handelt es sich bei der vorliegenden Untersuchung um eine instrumentelle Fallstudie, die auf die Beantwortung der oben genannten Fragen abzielt und Ergebnisse generieren soll, die auf andere Fälle übertragbar sind.

Da in dieser Untersuchung nur drei Einzelfälle beforscht werden, eignet sich ein qualitativ orientiertes Vorgehen aufgrund seiner offenen und tendenziell deskriptiven Methodik. Nichtsdestotrotz soll die Zielsetzung eines Vergleichs der Befunde der drei Einzelfälle erreicht werden, was vor allem, aber nicht nur durch die Häufigkeit der Thematisierung der nachfolgend beschriebenen Kategorien in Bezug auf journalistische Qualität geschehen soll. Daraus ergibt sich, dass quantifizierende Schritte mit einzubauen sind. Aus diesem Grund fällt die Wahl des methodischen Instruments auf die Inhaltsanalyse, die für beide Untersuchungsziele modifiziert wird.

9.2 Inhaltsanalyse

Bevor auf die Eckpfeiler des Ablaufplans der empirischen Untersuchung eingegangen wird, soll hier die Methodenwahl erläutert werden. Aus diversen Gründen wurde für diese Untersuchung eine Inhaltsanalyse mit sowohl qualifizierenden als auch quantifizierenden Gesichtspunkten als methodisches Instrument gewählt: Eine Befragung der agierenden Watchblog-JournalistInnen wäre in diesem Forschungsfeld insofern an Grenzen gestoßen, als dass sie als reaktives Verfahren zum einen die Auskunftsbereitschaft der

ProtagonistInnen voraussetzt und zum anderen potentiellen Verfälschungstendenzen durch deren Selbstdarstellung ausgesetzt wäre (vgl. Schmidt 2006: 25).

Die Vorteile eines inhaltsanalytischen Vorgehens liegen in der Unabhängigkeit von ProtagonistInnen des Untersuchungsgegenstandes, welche im Fall dieser Arbeit schwierig zu erreichen sind²¹ und in der nicht-invasiven Art der empirischen Forschung. Die untersuchende Person löst bei der Inhaltsanalyse keine Veränderungen des Untersuchungsobjektes aus (Früh 2007: 43).

Grundsätzlich liegt das pragmatische Ziel der Inhaltsanalyse in der Reduktion von Komplexität, indem „kollektive Kommunikationsmerkmale“ (Früh 2007: 61), die sich anhand der Themenauswahl der Watchblogs zeigen, untersucht werden. Durch den mit der methodenimmanenten Komplexitätsreduktion zwangsweise einhergehenden Verlust von Information werden strukturelle Zusammenhänge erkennbar, was dem Vergleich eine systematische Grundlage verleiht. Mittels eines festgelegten Kategorienschemas muss den oben unter 6.2.7 zusammengefassten Qualitätskriterien eine vorher fixierte Bedeutung zugeschrieben werden, was erlaubt, dass die zu messenden theoretischen Konstrukte auch dann erfassbar sind, wenn sie nicht explizit im Text vorkommen (Früh 2007: 54).

Der vielfach angenommene methodische Unterschied zwischen quantitativer und qualitativer Vorgehensweise muss dahingehend relativiert werden, dass natürlich auch in einem qualitativen Forschungsdesign quantifiziert wird. In der Fragestellung dieser Arbeit geht es vordergründig auch darum, in welchen Häufigkeiten bestimmte journalistische Qualitätskriterien thematisiert werden. Auf Nominalskalenniveau soll gemessen werden, welche Mängel den kritisierten Leitmedien attestiert werden – dafür werden letztendlich Häufigkeiten als Indikatoren benutzt. Da die hier untersuchten Fallbeispiele vom beitragszahlenmäßigen Output her sehr unterschiedlich sind, werden die Häufigkeiten im Auswertungskapitel ohne Anspruch auf Repräsentativität prozentual, nicht absolut, dargestellt.

Um aber die unterhaltenden Spezifika der Medienkritik seitens der Watchblogs zu erfassen, wird die Inhaltsanalyse im qualifizierenden Untersuchungsteil dahingehend modifiziert, dass „offene Codierungen“ vorgenommen werden. Textpassagen werden in

²¹ Im Falle des „Bildblogs“ verlief die Kontaktaufnahme per E-Mail leider erfolglos.

dieser Form der Sondercodierung wie bei einem Leitfadeninterview zitiert, um eine Typologie zu erstellen (Scheufele 2001: 83).

Zusammenfassend gesagt liegt das methodische Ziel dieser Studie darin, die quantifizierenden Ergebnisse mit qualitativen Gesichtspunkten auf eine gemeinsame Ergebnisebene zu bringen, die die Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Fallbeispiele herausstreicht.

Zur Erstellung des Kategorienschemas empfiehlt es sich, statt einer Festlegung auf induktives oder deduktives Vorgehen, beide Elemente miteinander zu kombinieren. Die in dieser Analyse durchzuführenden Arbeitsschritte lassen sich demnach wie folgt aufgliedern:

- Ableitung von Hauptkategorien der Dimensionen aus den Forschungsfragen
- Weitere Ausdifferenzierung in Subkategorien mittels Selektion/Reduktion, Bündelung, Generalisierung/Abstraktion und Rückbezug auf die Theorie (vgl. Früh 2007: 73)
- Die Indikatoren repräsentieren das zu operationalisierende Kriterium (vgl. Schwer 2006: 349).

Als Grundgesamtheit dieser Untersuchung gilt die Gesamtmenge der medienkritischen Berichterstattung seitens der monothematischen Watchblogs an deutschen Medien. Da das Projekt eine Fallstudie ist, beschränkt sich die Ziehung einer Stichprobe auf die Auswahl typischer Fälle. Die Stichprobe wird dahingehend gezogen, dass anhand einer bewussten Auswahl nur die medienkritische Berichterstattung von „Bildblog“, „Spiegelkritik“ und „Meckern“ auf Qualitätsurteile untersucht werden soll. Es liegt eine geklumpete Auswahl vor. Um fallzahlmäßig eine Basis zu erreichen, auf der Vergleiche zulässig sind, belief sich die Feldzeit des „Bildblogs“, der sich durch erhöhte Publikationshäufigkeit auszeichnet, auf sechs Wochen vom 21. September 2008 bis zum 1. November 2008. Zur Analyse der „Spiegelkritik“ wurden Blog-Einträge vom 9. Juni 2008 bis zum 1. November 2008 herangezogen. Am weitesten wurde der Erhebungszeitraum bei „Meckern“ nach hinten ausgedehnt, da hier am seltensten publiziert wird. Hier beginnt die Erhebung mit dem 20. April 2008 und endet mit dem 1. November 2008. Da in dieser Untersuchung nicht etwa Themendebatten, bei denen eine idente Feldlaufzeit vonnöten gewesen wäre, untersucht

werden, sondern Häufigkeiten der Urteile zu Qualitätszielen und Blog-Charakteristika, stellt dieses Vorgehen keine Verfälschung des Materials dar.

Es wurde keine Rücksicht darauf genommen, ob die Beiträge originär von der jeweiligen Watchblog-Redaktion erstellt worden sind oder ob es sich um Zitate aus anderen Weblogs handelte.

Zur sich in jeder Inhaltsanalyse stellenden Frage, inwieweit auch „weiche“ Indikatoren (hier als Beispiel ironische Anspielungen) erfasst werden sollen, gilt: Im Bemühen um eine hohe Validität sollen auch weiche Indikatoren erfasst werden, ohne natürlich zu beliebig zu werden (vgl. Früh 2007: 127). Das Problem der Intercoderreliabilität, die unter der Erfassung weicher Kategorien leiden kann, stellt sich hier nicht, da für diese Untersuchung ausschließlich die Autorin selbst codiert hat. Um sicherzustellen, dass das im folgenden vorgestellte Kategoriensystem intersubjektiv logisch und vollständig ist, führte neben dem eigenen Pretest am 15.10.2008 eine zweite Person am 2.11.2008 eine Codierung von zehn Blog-Artikeln aus der Pretest-Phase durch.

9.3 Kategoriensystem

Obwohl, wie in den Forschungsfragen bereits erläutert, quantitative und qualitative Aspekte gemessen werden sollen und sich daher die spätere Datenaufbereitung und Interpretation je nach Fragekomplex unterscheidet, gilt dennoch das folgende Kategoriensystem als Grundlage der gesamten Untersuchung.

Als Codiereinheiten fungieren in dieser Untersuchung die Qualitätsurteile, die sich in den einzelnen Einträgen auf „Spiegelkritik“, „Meckern“ und „Bildblog“ finden. Die Codiereinheiten werden auf inhaltlich-semantischer Ebene definiert, codiert wird also auch, wenn etwa der Begriff „Faktentreue“ nicht wörtlich, aber implizit in einem Blog-Beitrag auftaucht. Als Kategorien der Untersuchung gehen nur diejenigen Ausdifferenzierungen des Untersuchungsgegenstandes ein, welche für die Beantwortung der Forschungsfragen (Kapitel 8) relevant sind. Zu analysieren sind textliche Sinnabschnitte, sprich „Basisaussagen“ (Früh 2007: 165) innerhalb der Blog-Einträge, weil damit zu rechnen ist, dass teils mehrere Themen, sprich Qualitätskriterien, in einem Eintrag angesprochen werden. Passt eine Sinneinheit theoretisch in zwei Kategorien, die

sich in ihrem Allgemeingrad unterscheiden, so ist diejenige Kategorie zu wählen, die stärker ausdifferenziert ist.

Theoriegeleitet gebildete Kategorien und Subkategorien sind in Normalschrift verfasst. Nach der Probecodierung am 15.10.2008 wurden empiriegeleitet Subkategorien ergänzt, welche kursiv markiert sind. Die Gefahr eines Zirkelschlusses, wenn die Qualitätsurteile der Watchblogs gleichzeitig zur Indikation der Subkategorien als auch für deren Anwendung verwendet werden, bestand insofern nicht, als dass zur Probecodierung „Bildblog“-Material vom August 2008, also außerhalb des Untersuchungszeitraums dieses Fallbeispiels, verwendet wurde. Die Subkategorien sind als inhaltliche Aussagen der Watchblogs die Zielmedien betreffend zu verstehen. Daher sind sie im Kategoriensystem im Konjunktiv verfasst, die im Vorfeld der Untersuchung aufgeführten Indikatoren als Ankerbeispiele finden sich als direkte Zitate gekennzeichnet. Fallweise sind Codierregeln zu bestimmten Kategorien angegeben, um intersubjektive Unklarheiten zu verhindern.

Tab. 1: Kategoriensystem

DIMENSIONEN	KATEGORIEN	SUBKATEGORIEN	INDIKATOREN	CODIERREGELN
Komplexitätsreduktion	Vereinfachung	Zielmedium verabsäume zulässige Vereinfachung von Sachverhalt.	„stellt die Sache nicht klar und deutlich dar“	
	Verständlichkeit in Sprache	Zielmedieninhalt sei sprachlich unverständlich.	„verwendet höchst spezifische Fremdwörter“	
	Verständlichkeit in Kontext	Kontext des Zielmedieninhaltes sei unverständlich.	„Kein Zusammenhang des Kommentars zum Fall ersichtlich“	Hier ist sowohl Unverständlichkeit im Kontext eines Artikels, als auch mit Sachzusammenhängen zu codieren.
	Sonstiges	Zielmedium weise sonstigen Mangel bei der Komplexitätsreduktion auf.		
	Positives	Komplexitätsreduktion seitens des Mediums wird positiv thematisiert.		Hier ist ohne Differenzierung in Subkategorien jede positive medienkritische Äußerung zu codieren.
Objektivität	Rechtmäßigkeit	Zielmedium publiziere Inhalte, die mit	„nennt Fischer einen Terroristen“	

	Rechtsnormen inkompatibel sind.		
Perspektivische Vielfalt und Ausgewogenheit	Zielmedium schlage sich bei einem Thema auf eine Seite. Zielmedium publiziere nicht Stellungnahme der Gegenseite.	„lässt nur die Atomlobby zu Wort kommen“	
Faktentreue	<i>Zielmedium publiziere nachvollziehbar falsche Tatsachen.</i> <i>Zielmedium zitiere nachvollziehbar falsche Tatsachen.</i> <i>Zielmedium lasse relevante Tatsachenbestandteile fallen.</i>	„USA haben 52 Bundesstaaten“ „schreibt Falsches ab“ „Was nicht gesagt wird, ist,...“	
Beachtung der Nachrichtenwerte	Zielmedium verstoße bei der Selektion gegen Werte von Zeit (Dauer/Thematisierung) Nähe (räumlich, politisch, kulturell) Status (Zentralität, persönlicher Einfluss, Prominenz) Dynamik (Überraschung, Struktur) Valenz (Konflikt, Kriminalität, Schaden, Erfolg) Identifikation (Personalisierung, Ethnozentrismus).	„hat mit einer wenig aktuellen/ nicht mit der Region verbundenen/ unwichtigen/ wenig überraschenden/ nicht valenten/ Identifikationspotentialfreien Geschichte aufgemacht. Ein anderes Thema hätte selektiert werden müssen“	
Trennung von Nachricht und Meinung	Nachrichtliche Inhalte seien von Meinungsinhalten nicht getrennt.	„Super! Josef Ackermann endlich entlassen“	Zu codieren ist die Vermengung von Nachricht und Meinung in einem Artikel, nicht aber in einem Themenkomplex, der mehrere Darstellungsformen beinhaltet.
Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung	Anzeige sei nicht als solche erkennbar. PR-Bericht sei nicht als solcher erkennbar.	„Bei einer Anzeigenwerbung im Text fehlt der Hinweis auf eine Anzeige“ „Da hat sich das Unternehmen aber	

			sicher mächtig gefremdet über die Berichterstattung“	
	Bereitstellung von Hintergrundinformati- onen	Zielmedium stelle keine Hintergründe dar.	„Wie es zu alldem gekommen ist, wird verschwiegen“	
	Verzicht auf diffamierende Kritik und Diskriminierung	Zielmedium übe diffamierende Kritik. Zielmedium diskriminiere aufgrund von Nationalität. Zielmedium diskriminiere aufgrund von Sozialstatus. Zielmedium diskriminiere aufgrund von Religion.	„nennt Hartz-VI- Empfänger Schmarotzer“ „Hätte man die Geschichte auch so groß gemacht, wenn der Täter Josef statt Murat hieße?“ „stellt Langzeitarbeitslose aufs Abstellgleis“ „nennt muslimische Frauen Burka- Gang“	
	Schutz von Intimsphäre und Privatleben	Zielmedium publiziere die Intimsphäre verletzende Fotos. Zielmedium veröffentliche Details, die über das Informationsinter- esse hinausgehen.	„Auf das Busenblitzer-Foto hätte man verzichten müssen“ „Das Psychogramm von Josef F. stellt seine Opfer bloß“	
	Vorurteilsfreie Berichterstattung über juristische Verfahren	Zielmedium nenne vollen Namen von Verfahrensbetei- ligten ohne berechtigtes öffentliches Interesse. Zielmedium verzichte auf Unkenntlichmach- ung ohne berechtigtes öffentliches Interesse. Zielmedium nehme präjudizierend Stellung.	„nennt Vor- und Nachnamen des geständigen Verdächtigen“ „Foto von Verdächtigen und seiner Familie ist nicht gepixelt“ „nennt Verdächtigen vor der Verhandlung Mörder“	
	Sonstiges	Zielmedium weise sonstige Mängel bei der Objektivität auf.		
	Positives	Objektivität des Zielmediums wird positiv thematisiert.	Hier ist ohne Differenzierung in Subkategorien jede positive medienkritische Äußerung zu codieren.	
Transparenz/ Reflexivität	Angabe der journalistischen Identität	JournalistIn gebe sich bei der	„Reporter hat sich als Freund des	Zu codieren ist nicht nur die

	bei Recherche	Recherche nicht zu erkennen.	Opfers ausgegeben, um an Fotos zu kommen“	Thematisierung keiner, sondern auch falscher Nennung.
	Offenlegung der Umstände der Berichterstattung/ Quellenpräzision	Zielmedium mache keine Quellenangabe zu fremd recherchierten Infos. <i>Zielmedium mache nebulöse Quellenangabe.</i>	„Ein Hinweis zum Auftraggeber der Studie fehlt“ „Bildunterschrift: Foto: Internet“	
	Kennzeichnung von Vermutungen	Zielmedium kennzeichne Vermutungen nicht.	„stellt Spekulationen über neuen Fußball-Teamchef als Tatsachen dar“	Zu codieren sind von Zielmedium selbst angestellte Vermutungen sowie übernommene.
	Richtigstellung von Fehlern	Zielmedium korrigiere Fehler nicht. <i>Zielmedium korrigiere Fehler nicht nachvollziehbar.</i>	„wie zuletzt nicht einmal mehr korrigiert wurde“ „inzwischen sind alle Hinweise auf den Fehler verschwunden“	
	Sonstiges	Zielmedium weise sonstige Mängel bei Transparenz/ Reflexivität auf.		
	Positives	Transparenz/ Reflexivität des Zielmediums wird positiv thematisiert.		Hier ist ohne Differenzierung in Subkategorien jede positive medienkritische Äußerung zu codieren.
Originalität	Bereitstellung von Gegeninformation	<i>Zielmedium reihe sich ohne Eigenleistung in Kanon der Berichterstattung ein.</i>	„schreibt das selbe wie schon der Großteil der deutsche Tageszeitungsmeute“	Nur bei expliziter Nennung anderer Quellen seitens des Watchblog-Eintrags zu nennen.
	Sonstiges	Zielmedium weise sonstige Mängel bei Originalität auf.		
	Positives	Originalität des Zielmediums wird positiv thematisiert.		Hier ist ohne Differenzierung in Subkategorien jede positive medienkritische Äußerung zu codieren.
Aktualität	Themenselektion anhand von Neuigkeit	Zielmedium publiziere Inaktuelles.	„das war schon vor Monaten woanders zu lesen“	
	Themenselektion anhand von Wichtigkeit	Zielmedium publiziere Unwichtiges.	„hakt sich an Details zur Rentenversicherung	

		fest, die kaum jemand betreffen“	
Sonstiges		Zielmedium weise sonstige Mängel bei der Aktualität auf.	
Positives		Aktualität des Zielmediums wird positiv thematisiert.	
		Hier ist ohne Differenzierung in Subkategorien jede positive medienkritische Äußerung zu codieren.	
Bezugssystem der Thematisierung journalistischer Qualität	Rollenorientierte Thematisierung journalistischer Qualität	Qualitätsurteil wird mit Fehlverhalten in Bezug auf journalistische Berufsrolle untermauert.	„Redaktion schreibt fälschlicherweise...“
	AkteurInnenorientierte Thematisierung journalistischer Qualität	Qualitätsurteil wird mit Fehlverhalten auf individueller Ebene untermauert.	„Autorin schreibt fälschlicherweise“
	Systemorientierte Thematisierung journalistischer Qualität	Qualitätsurteil wird mit Fehlverhalten auf Systemebene untermauert.	„Journalismus erzwingt solche Fehler“
Unterhaltende Merkmale der Medienkritik durch Watchblogs	Crititainment	Watchblog trifft intersubjektiv nicht nachvollziehbares Geschmacksurteil	„Der Artikel ist großer Käse“
	Ironisierung	Watchblog erzeugt Diskrepanz zwischen Gemeintem und Gesagtem.	Watchblog nennt kritisierten Artikel „besonders großen Wurf“
	Blog-Stilmittel	<i>Durchgestrichenes Wort im Watchblog-Inhalt</i>	Watchblog: „in einem zweiten Anlauf Artikel“

Kategoriensystem (Quelle: Eigene Darstellung)

Als allgemeine Codierregeln gelten:

- Alle Aussagen, die in Hinblick auf das Kategoriensystem irrelevant sind, werden bei der Codierung nicht berücksichtigt.
- Passt eine Sinneinheit in zwei Kategorien gleichzeitig, so ist die spezifischere Kategorie zur Codierung zu wählen. Beispielsweise: Ein Fallbeispiel kritisiert, dass ein Medium publiziert habe: „Der Schwarzafrikaner, der morgen vor Gericht steht, ist des Dealens schuldig.“ Diese Sinneinheit wäre als Thematisierung der Kategorie „Vorurteilsfreie Berichterstattung über juristische Verfahren“ zu codieren, obwohl

sie auch in die – allgemeinere – Kategorie „Verzicht auf Diskriminierung“ passen würde.

Im Anhang der Arbeit findet sich der verwendete Codebogen.

9.4 Kategoriendefinition

Um die intersubjektive Nachvollziehbarkeit der Inhaltsanalyse zu gewährleisten, empfiehlt es sich, die Kategorien gesondert von Kategoriensystem noch einmal mit exakten Definitionen zu versehen, welche im Folgenden tabellarisch aufgelistet sind. Unter „Medium X“ können sich infolge der Auswahl der Fallbeispiele die „Bild“-Zeitung, ihre angegliederten „Bild“-Medien, www.bild.de, „Der Spiegel“, www.spiegel.de, „Die Zeit“ sowie www.zeit.de wiederfinden. „Usw.“ steht im Folgenden nicht für definitorische Beliebigkeit, sondern markiert die methodische Anforderung, gegebenenfalls Sinneinheiten, die sich logisch an eine Kategorie anbinden lassen, zu codieren, ohne dass sie wörtlich in der Definition aufgeführt sind.

A: Dimension Komplexitätsreduktion

Kategorie Vereinfachung

Alle Sinneinheiten, die Mängel bei der Vereinfachung betreffen. Etwa: Das Zielmedium verabsäume eine Vereinfachung, obwohl sie zulässig wäre.

Bsp.: „Medium X zitiert die Fachäußerungen eines Finanzexperten ohne weitere Erklärung, obwohl dieses Wissen nicht vorausgesetzt werden kann.“

Kategorie Verständlichkeit in Sprache

Alle Sinneinheiten, die sprachliche Verständlichkeit bemängeln. Etwa: Der Zielmedieninhalt sei sprachlich unverständlich, in Bezug auf Grammatik, Satzbau oder fremdsprachliche Wörter usw.

Bsp.: „Medium X schreibt: Steinmeier ist derselben Meinung wie Müntefering. Er gab eine Pressekonferenz. Wer ist gemeint?“

Kategorie Verständlichkeit in Kontext

Alle Sinneinheiten, die kontextuelle Verständlichkeit bemängeln. Etwa Zeit-, Sach- oder AkteurInnenkontext usw.

Bsp.: „Medium X schreibt, Atomkraft habe auch Vorteile, aber aus dem Artikel geht nicht hervor, für wen.“

Kategorie Sonstiges/Komplexitätsreduktion

Alle Sinneinheiten, die sonstige Mängel beim Qualitätsziel der Komplexitätsreduktion attestieren, welche nicht durch die oben genannten Kategorien zu definieren sind.

Bsp.: „Medium X lässt seine LeserInnen in der undurchsichtigen Finanzkrisenlage allein.“

Kategorie Positives/Komplexitätsreduktion

Alle Sinneinheiten, die dem Zielmedium ein positives Abschneiden in Bezug auf das Qualitätsziel der Komplexitätsreduktion attestieren.

Bsp.: „Mit dem Artikel x führt Medium X in die spannende Welt der Genetik ein.“

B: Dimension Objektivität

Kategorie Rechtmäßigkeit

Alle Sinneinheiten, die dem Zielmedium attestieren, es habe Inhalte publiziert, die gegen geltende Rechtsnormen verstoßen. Etwa: Inhalt ist inkompatibel mit Mediengesetzgebung, Zivilrecht, Strafrecht usw. Ausgenommen: Rechtsnormen, die mit Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung zu tun haben. Diese werden in der Kategorie „Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung“ separat codiert.

Bsp.: „Medium X hat in einem Artikel geschrieben, Joschka Fischer sei früher ein Terrorist gewesen, das entspricht einer Verleumdung.“

Kategorie Perspektivische Vielfalt und Ausgewogenheit

Alle Sinneinheiten, die dem Zielmedium Mängel in Hinsicht auf perspektivische Vielfalt und Ausgewogenheit innerhalb des Mediums attestieren. Nicht: Ausgewogenheit etwa aller tagesaktuellen Medien Deutschlands. Spezifiziert durch die Subkategorien: „Zielmedium

schlage sich bei einem Thema auf eine Seite“ sowie „Zielmedium publiziere keine Stellungnahme der Gegenseite.“

Bsp.: „Medium X berichtet über einen Nachbarschaftsstreit, lässt aber nur eine Seite zu Wort kommen.“

Kategorie Faktentreue

Alle Sinneinheiten, die Mängel bei der Faktentreue betreffen. Spezifiziert durch die Subkategorien der Publikation unrichtiger Tatsachen, des Zitierens unrichtiger Tatsachen sowie des Weglassens relevanter Tatsachenbestandteile.

Bsp.: „Medium X behauptet fälschlicherweise, dass ein Prominenter 60 Jahre alt ist.“

Medium X fälschlicherweise: „Wie schon von Medium Y berichtet, ist der Prominente 60 Jahre alt.“

„Medium X spricht von guter Umsatzentwicklung bei einem Unternehmen, dessen Umsatz zwar gestiegen, dem Vorjahr gegenüber aber massiv reduziert wurde.“

Kategorie Beachtung der Nachrichtenwerte

Alle Sinneinheiten, die einen Mangel bei der Beachtung der Nachrichtenwerte attestieren, sprich entweder das Unterlassen einer Nachricht oder die Bevorzugung einer nach den Nachrichtenwerten weniger wichtigen Nachricht. Spezifiziert durch die Subkategorien: Zielmedium verstoße bei der Selektion gegen die Werte Zeit (Dauer, Thematisierung), Nähe (räumlich, politisch, kulturell), Status (Zentralität, persönlicher Einfluss, Prominenz), Valenz (Konflikt, Kriminalität, Schaden, Erfolg) sowie Identifikation (Personalisierung, Ethnozentrismus).

Bsp.: „CSU-Generalsekretärin Haderthauer ist zurückgetreten - noch vor Redaktionsschluss von Medium X. Trotzdem findet sich nichts darüber.“

Kategorie Trennung von Nachricht und Meinung

Alle Sinneinheiten, die einen Mangel beim journalistischen Gebot der Trennung von Nachricht und Meinung attestieren. Etwa die Kritik, das Zielmedium verabsäume es, nachrichtliche Inhalte von kommentierenden zu trennen.

Bsp.: Medium X habe zum Fall eines Dopingsünders in einem nachrichtlichen Artikel geschrieben: „Er hat gedopt, deshalb hat er seinen sportlichen Ruhm nicht verdient und ist ein schlechtes Vorbild.“

Kategorie Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung

Alle Sinneinheiten, die sich auf Mängel bei der Trennung von redaktionellem Inhalt und werblichen Anzeigen beziehen. Spezifiziert durch die Subkategorien, im Zielmedium sei eine Anzeige nicht als solche erkennbar sowie im Zielmedium sei ein PR-Bericht nicht als solcher erkennbar. Eine Anzeige ist als nicht von der Redaktion modifizierter werblicher Inhalt zu verstehen, ein PR-Bericht kann dagegen von der Redaktion selbst getextet sein, aber dennoch werbliche Zwecke verfolgen. Zwar tangiert diese Kategorie letzten Endes auch die Rechtmäßigkeit, Verstöße gegen die Trennung von Werbung und Redaktionellem sollten aber separat codiert werden, da dies ein besonders häufig thematisierter Bereich von Medienkritik ist.

Bsp.: „Medium X hat eine Parfumanzeige ohne Kennzeichnung in einen Beauty-Bericht eingebunden. Dadurch entstand der Eindruck, es sei ein redaktionelles Bild.“

„Medium X hat einen PR-Bericht über die Ausstattungs-Innovation einer Autofirma nicht als PR-Bericht zu erkennen gegeben.“

Kategorie Bereitstellung von Hintergrundinformationen

Alle Sinneinheiten, die sich auf Mängel bei der Bereitstellung von Hintergrundinformationen beziehen. Etwa die Kritik, das Zielmedium stelle zu einem Thema keine weiterführende Information darüber bereit, was dahinterstecke usw.

Bsp.: „Medium X berichtet nach einem erneuten Kurssturz des DAX, die Maßnahmen gegen die Finanzkrise würden nicht fruchten. Nicht berichtet wurde über den Zusammenhang des DAX mit einem Einbruch des Nikkei.“

Kategorie Verzicht auf diffamierende Kritik und Diskriminierung

Alle Sinneinheiten, die nahelegen, das Zielmedium würde nicht auf diffamierende Kritik und Diskriminierung verzichten. Spezifiziert durch die Subkategorien, das Medium übe diffamierende Kritik, das Zielmedium diskriminiere aufgrund von Nationalität, das Zielmedium diffamiere aufgrund von Sozialstatus, das Zielmedium diskriminiere aufgrund von Religion usw.

Bsp.: „Medium X nennt Andrea Ypsilanti eine miese Trickserin.“

„Medium X schreibt über schwarzafrikanische Asylbewerber nur als Drogendealer.“

„Medium X schreibt, sozial Schwache hätten immer eine Affinität zum Alkohol.“

„Medium X schreibt, alle Moslems seien Islamisten.“

Kategorie Schutz von Intimsphäre und Privatleben

Alle Sinneinheiten, die eine Missachtung des Qualitätskriteriums des Schutzes von Intimsphäre und Privatleben attestieren. Spezifiziert durch die Subkategorien, das Zielmedium publiziere die Intimsphäre verletzende Fotos sowie das Zielmedium veröffentliche Details, die über das Informationsinteresse der Öffentlichkeit hinausgehen.

Bsp.: „Medium X veröffentlicht Fotos aus dem Online-Profil eines Mädchens, das kürzlich Selbstmord begangen hat.“

„Medium X zitiert aus einer polizeilichen Ermittlungsakte zu einem Kindesmissbrauchsfall Details zum Tathergang, die nicht notwendig sind.“

Kategorie Vorurteilsfreie Berichterstattung über juristische Verfahren

Alle Sinneinheiten, die den Zielmedien Mängel bei der vorurteilsfreien Berichterstattung über juristische Verfahren nahelegen. Spezifiziert durch folgende Subkategorien: Das Zielmedium nenne den vollen Namen einer verfahrensbeteiligten Person, ohne dass berechtigtes öffentliches Interesse besteht. Das Zielmedium verzichte auf die Unkenntlichmachung (Pixeln) von verfahrensbeteiligten Personen, ohne dass berechtigtes öffentliches Interesse besteht. Das Zielmedium nehme präjudizierend Stellung, „verurteile“ eine Person quasi, bevor ein Gericht das tut.

Bsp.: „Medium X hat den vollen Namen der Familie publiziert, deren Kind kürzlich getötet wurde.“

„Medium X zeigt ein ungepixeltes Passbild einer Person, die im Verdacht steht, einen Raubüberfall begangen zu haben.“

„Medium X bezeichnete den Verdächtigen als Mörder.“

Kategorie Sonstiges/Objektivität

Alle Sinneinheiten, die sonstige Mängel beim Qualitätsziel der Objektivität attestieren, welche nicht durch die oben genannten Kategorien zu definieren sind.

Bsp.: „Medium X hat wieder einmal bewiesen, dass es nicht objektiv arbeitet.“

Kategorie Positives/Objektivität

Alle Sinneinheiten, die dem Zielmedium ein positives Abschneiden in Bezug auf das Qualitätsziel der Objektivität attestieren.

Bsp.: „Ganz Deutschland will den Manager, der mutmaßlich Millionen veruntreut hat, hinter Gittern sehen. Medium X bemühte sich um ein faires Porträt.“

C: Dimension Transparenz/Reflexivität

Kategorie Angabe der journalistischen Identität

Alle Sinneinheiten, die dem Zielmedium attestieren, betriebszugehörige JournalistInnen gäben sich bei der Recherche nicht mit Namen und Mediums-Zugehörigkeit zu erkennen oder nur auf Insistieren zu erkennen.

Bsp.: „Wie bekannt wurde, hat ein Journalist des Mediums X versucht, sich als Schulfreund eines Unfallopfers auszugeben, um bei der Familie an ein Foto des Opfers zu kommen.“

Kategorie Offenlegung der Umstände der Berichterstattung/Quellenpräzision

Alle Sinneinheiten, die aussagen, das Zielmedium gebe die Umstände, unter denen ein publizierter Inhalt zustande gekommen ist, nicht Preis. Spezifiziert durch die Subkategorien, das Zielmedium mache keine Quellenangabe zu fremdrecherchierten

Informationen sowie das Zielmedium mache nebulöse, sprich für die LeserInnenschaft nicht nachvollziehbare Angaben, zu einer Quelle.

Bsp.: „Medium X gibt in der Bildunterschrift an: Quelle Internet.“

„Medium X gibt eine nicht spezifizierte Studie als Quelle für ihre Berichterstattung an.“

Kategorie Kennzeichnung von Vermutungen

Alle Sinneinheiten, die dem Zielmedium attestieren, es kennzeichne selbst angestellte oder zitierte Vermutungen nicht dementsprechend.

Bsp.: „Laut Medium X sei eine Prominente schwanger, weil sie wallende Kleider trägt.“

Kategorie Richtigstellung von Fehlern

Alle Sinneinheiten, die dem Zielmedium attestieren, es korrigiere begangene Fehler, die bei der Berichterstattung unterlaufen sind, nicht. Spezifiziert in den Subkategorien: Es korrigiere Fehler nicht und es korrigiere Fehler für die LeserInnenschaft nicht nachvollziehbar.

Bsp.: „Wie bekannt wurde, hat sich Senator McCain für seinen Angriff auf Barack Obama entschuldigt. Auf Medium X.de ist jedoch immer noch von der „Schmutz-Attacke auf Kandidaten“ zu lesen.“

„Mittlerweile findet es auch Medium X sinnvoller, Horst Seehofer nicht zum „Gesundheitsminister“ zu machen und hat alle entsprechenden Angaben kommentarlos gelöscht.“

Kategorie Sonstiges/Transparenz/Reflexivität

Alle Sinneinheiten, die sonstige Mängel beim Qualitätsziel der Transparenz/Reflexivität attestieren, welche nicht durch die oben genannten Kategorien zu definieren sind.

Bsp.: „Medium X ist unfähig zur Selbstkritik.“

Kategorie Positives/Transparenz/Reflexivität

Alle Sinneinheiten, die dem Zielmedium ein positives Abschneiden in Bezug auf das Qualitätsziel der Transparenz/Reflexivität attestieren.

Bsp.: „Medium X hat in seiner Printausgabe eine Korrekturspalte eingerichtet.“

D: Dimension Originalität

Kategorie Bereitstellung von Gegeninformation

Alle Sinneinheiten, die dem Zielmedium attestieren, es stelle keine Gegeninformation bereit, sprich es reihe sich ohne journalistische Eigenleistung in den Kanon der Berichterstattung des Großteils der Medien ein.

Bsp.: „Medium X übernimmt die Berichterstattung eines anderen Mediums.“

Kategorie Sonstiges/Originalität

Alle Sinneinheiten, die sonstige Mängel beim Qualitätsziel der Originalität attestieren, welche nicht durch die oben genannten Kategorien zu definieren sind.

Bsp.: „Die Berichterstattung von Medium X ist uneigenständig.“

Kategorie Positives/Originalität

Alle Sinneinheiten, die dem Zielmedium ein positives Abschneiden in Bezug auf das Qualitätsziel der Originalität attestieren.

Bsp.: „Medium X hat das Thema sehr individuell aufgegriffen.“

E: Dimension Aktualität

Kategorie Themenselektion anhand von Neuigkeit

Alle Sinneinheiten, die dem Zielmedium nahelegen, es habe Inaktuelles publiziert, sprich die Berichterstattung habe keinen Neuigkeitswert.

Bsp.: „Was Medium X schreibt, ist schon seit langem bekannt.“

Kategorie Themenselektion anhand von Wichtigkeit

Alle Sinneinheiten, die dem Zielmedium nahelegen, es habe Unwichtiges publiziert, sprich das publizierte Thema habe keine Relevanz für die Gesellschaft oder die Zielgruppe des Mediums.

Bsp.: „Medium X berichtet über die Figurprobleme eines hierzulande völlig unbekannten Prominenten.“

Kategorie Sonstiges/Aktualität

Alle Sinneinheiten, die sonstige Mängel beim Qualitätsziel der Aktualität attestieren, welche nicht durch die oben genannten Kategorien zu definieren sind.

Bsp.: „Medium X hat seine Marktposition eingebüßt, weil andere aktueller berichten.“

Kategorie Positives/Aktualität

Alle Sinneinheiten, die dem Zielmedium ein positives Abschneiden in Bezug auf das Qualitätsziel der Aktualität attestieren.

Bsp.: „Medium X hatte die Information zuerst.“

F: Dimension Bezugssystem der Thematisierung journalistischer Qualität

Kategorie Rollenorientierte Thematisierung journalistischer Qualität

Alle Sinneinheiten, die ein Qualitätsurteil beinhalten, das Fehlverhalten mit Bezug auf die journalistische Berufsrolle untermauert. Hier verstanden auch als alle Qualitätsurteile, die nicht einer Einzelperson, sondern der Gesamtreaktion zugeordnet werden.

Bsp.: „Hier hat die Logik des Boulevards wieder einmal zugeschlagen.“

„Die Redaktion des Mediums X hat eine Information unterschlagen.“

Kategorie AkteurInnenorientierte Thematisierung journalistischer Qualität

Alle Sinneinheiten, die ein Qualitätsurteil beinhalten, das Fehlverhalten mit Bezug auf die individuelle Ebene untermauert.

Bsp.: „Redakteurin X.X.'s Kommentar ist diskriminierend.“

„Wegen der Personalentscheidungen des Chefredakteurs kämpft Medium X zunehmend mit Qualitätsmangel.“

Kategorie Systemorientierte Thematisierung journalistischer Qualität

Alle Sinneinheiten, die ein Qualitätsurteil beinhalten, das Fehlverhalten auf systemischer Ebene untermauert.

Bsp.: „An Medium X kann man deutlich sehen, wie sich der Journalismus immer mehr zum bloßen Service-Dienstleister entwickelt.“

G: Dimension unterhaltende Merkmale der Medienkritik durch Watchblogs

Kategorie Crititainment

Alle Sinneinheiten, die Crititainment, also nicht begründbare Geschmacksurteile darstellen.

Bsp.: „Die Redaktion des Mediums X ist so gebildet wie ein Haufen Grundschüler.“

„Die Grafik, die im Artikel des Mediums X enthalten ist, ist hässlich.“

Kategorie Ironie

Alle Sinneinheiten, die auf eine beabsichtigte Diskrepanz zwischen Gesagtem und Gemeintem abzielen.

Bsp.: „Und hier mal wieder eine besonders tolle Geschichte à la Medium X.“

„Da hat Medium X sich einmal mehr selbst übertroffen.“

Kategorie Blog-Stilmittel

Alle Sinneinheiten, die grafische und inhaltliche Stilmittel beinhalten, die für Blogs charakteristisch sind. Etwa durchgestrichene, aber trotzdem lesbare Wörter usw.

Bsp.: „in einem zweiten ~~Anlauf~~ Artikel“

10 Auswertung

10.1 Frequenzanalyse nach Fallbeispielen

Nachdem im vorigen Kapitel das Forschungsdesign vorgestellt und erläutert wurde und im Anschluss daran das Messinstrument entworfen und mit klaren Definitionen versehen worden ist, wird in diesem Hauptkapitel die Auswertung durchgeführt. Diese folgt hier, analog zu den Forschungsfragen, der Aufteilung in den quantitativen und den qualitativen Fragekomplex der Untersuchung. Erst im folgenden Kapitel, in dem die Ergebnisse anhand der Hypothesen interpretiert werden, sollen die verschiedenen Herangehensweisen auf eine gemeinsame Ergebnisebene überführt werden.

Zunächst werden die Ergebnisse der Frequenzanalyse nach Fallbeispielen geordnet. Spalte 3 der Tabellen zeigt lediglich die am häufigsten thematisierten Subkategorien an und summiert sich daher nicht zwingend auf 100%.

- „Bildblog“ (Erhebungszeitraum 21.9.2008-1.11.2008)

Tab. 2: Frequenzanalyse „Bildblog“: Ergebnisse

Komplexitätsreduktion	6,36%	Davon: Verständlichkeit Kontext 100%
Objektivität	66,78%	Davon: Faktentreue 52,36% Trennung Redaktionelles/ Werbung 14,28% Vorurteilsfreie Berichterstattung 11,38% Sonstiges 7,14% Verz. auf diffamierende Kritik 4,76% Nachrichtenwerte 2,38%
Transparenz/Reflexivität	14,31%	Davon: Sonstiges 66,66% Nebulöse Quellenangabe 11,11% Keine Korrektur 11,11% Nicht nachvollziehbare Korrektur 11,11%
Originalität	1,59%	Davon: Bereitstellung von Gegeninformation 100%
Aktualität	11,13%	Davon: Neuigkeit 85,74% Wichtigkeit 14,29%
Rollenorientierte Urteile	81,09%	
AkteurInnenorientierte Urteile	19,08%	
Systemorientierte Urteile	0%	

Ergebnisse der Analyse von „Bildblog“ (Quelle: Eigene Berechnungen)

n=63, Rundung auf 2 Dezimalstellen

- „Spiegelkritik“ (Erhebungszeitraum 9.6.2008-1.11.2008)

Tab. 3: Frequenzanalyse „Spiegelkritik“: Ergebnisse

Komplexitätsreduktion	8,32%	Davon: Verständlichkeit Sprache 50% Verständlichkeit Kontext 50%
Objektivität	47,84%	Davon: Vielfalt/ Ausgewogenheit 8,70% Faktentreue 65,25% Nachrichtenwerte 4,35% Trennung Redaktionelles/ Werbung 8,70% Schutz Intimsphäre 4,35% Vorurteilsfreie Berichterstattung 4,35% Sonstiges 4,35%
Transparenz	31,20%	Davon: Sonstiges 73,37% Richtigstellung von Fehlern 13,34% Positives 13,34%
Originalität	4,16%	Davon: Bereitstellung von Gegeninformation 100%
Aktualität	8,32%	Davon: Neuigkeit 50%, Positives 50%
Rollenorientierte Urteile	60,32%	
AkteurInnenorientierte Urteile	37,44%	
Systemorientierte Urteile	0%	
Sonstige Urteile	2,08%	

Ergebnisse der Analyse von „Spiegelkritik“ (Quelle: Eigene Berechnungen)

n=48; Rundung auf 2 Dezimalstellen

- „Meckern“ (Erhebungszeitraum 20.4.2008-1.11.2008)

Tab. 4: Frequenzanalyse „Meckern“: Ergebnisse

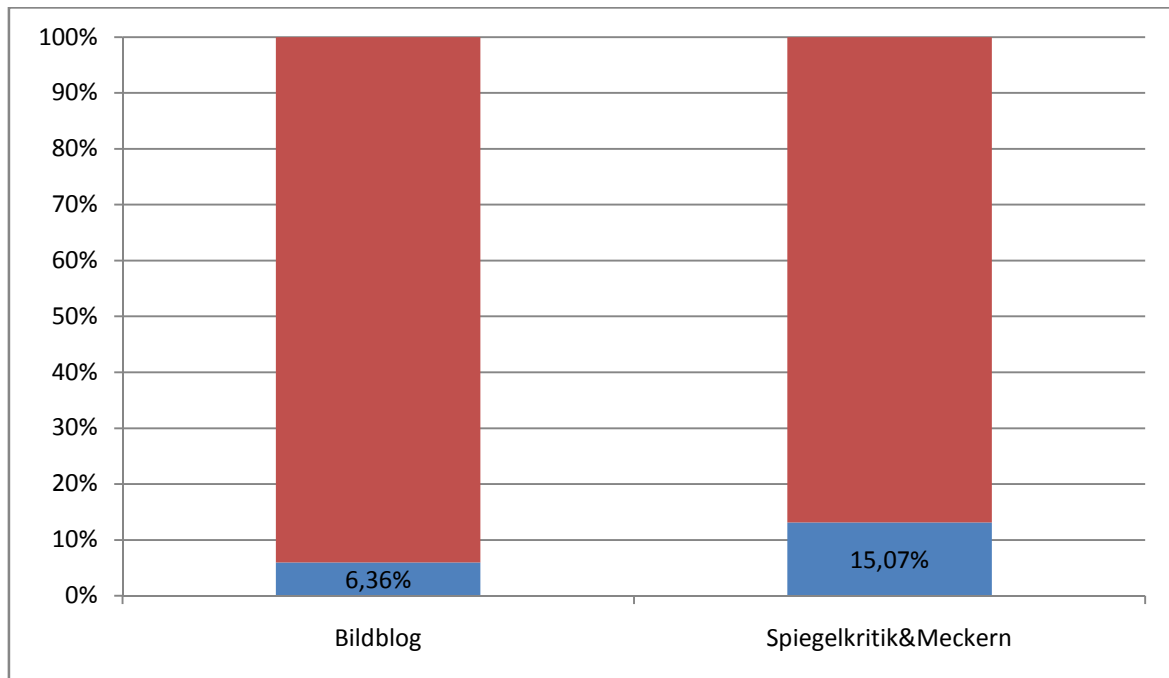
Komplexitätsreduktion	28 %	Davon: Sonstiges 42, 87% Verständlichkeit Kontext 28, 58%
Objektivität	32%	Davon: Faktentreue 37,5% Sonstiges 25% Vielfalt/Ausgewogenheit 12,5% Nachrichtenwerte 12,5% Bereitstellung Hintergrundinfo 12,5%
Transparenz/Reflexivität	32%	Davon: Sonstiges 87% Positives 13%
Originalität	8%	Davon: Positives 100%
Aktualität	0%	
Rollenorientierte Urteile	88%	
AkteurInnenorientierte Urteile	12%	
Systemorientierte Urteile	0%	

Ergebnisse der Analyse von „Meckern“ (Quelle: Eigene Berechnungen)

n= 25, Rundung auf 2 Dezimalstellen

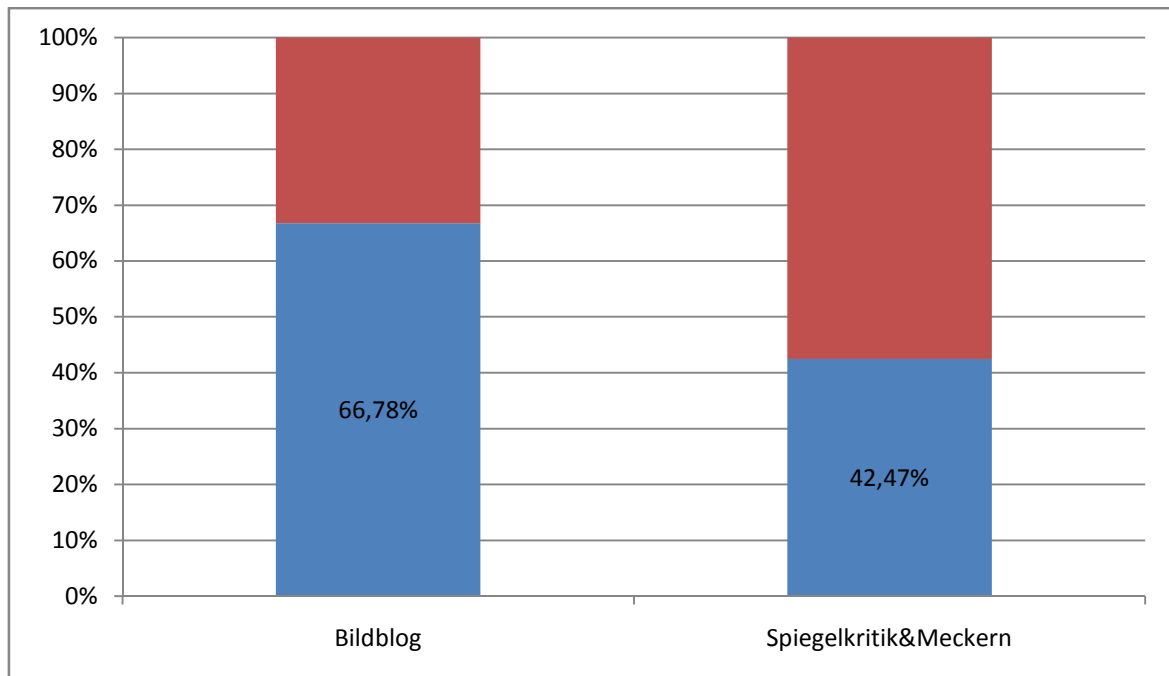
10.2 Auswertung der Frequenzanalyse

Tab.5: Thematisierung Komplexitätsreduktion

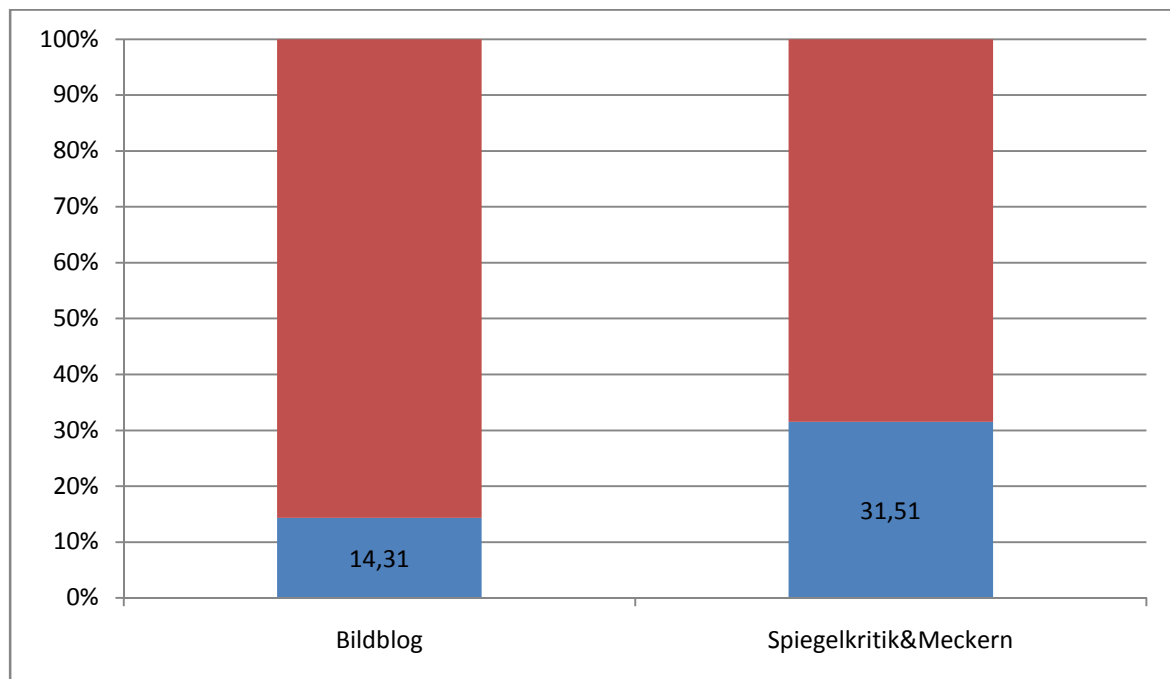


Thematisierung Komplexitätsreduktion (Quelle: Eigene Berechnungen)

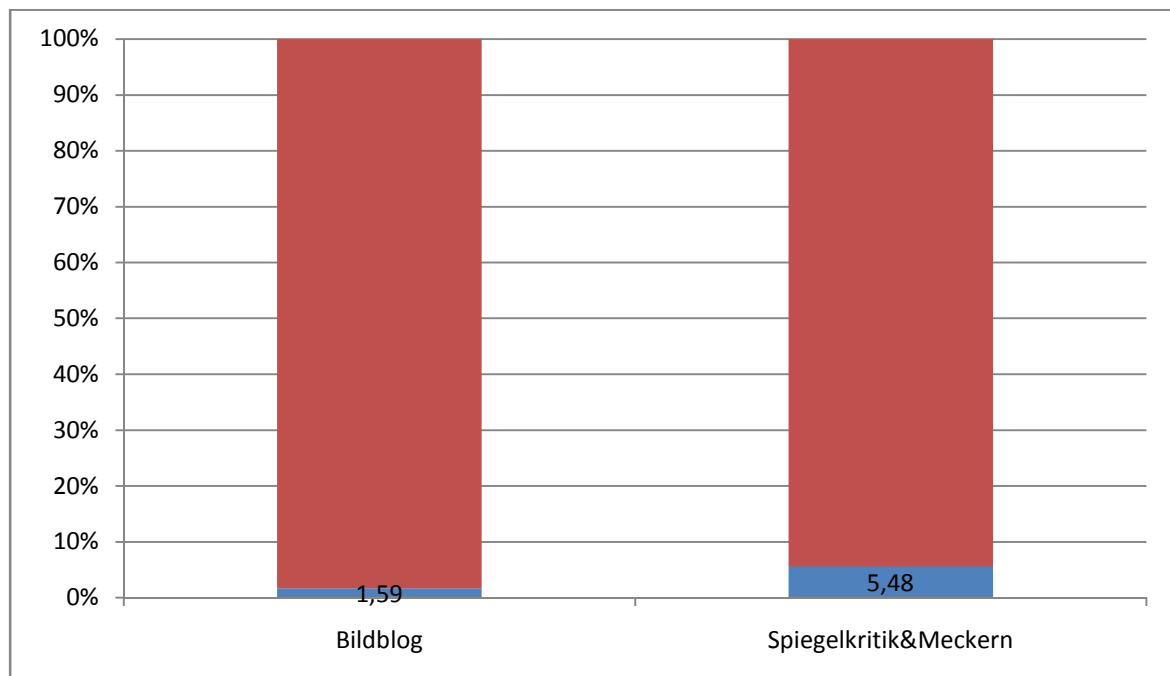
Tab. 6: Thematisierung Objektivität



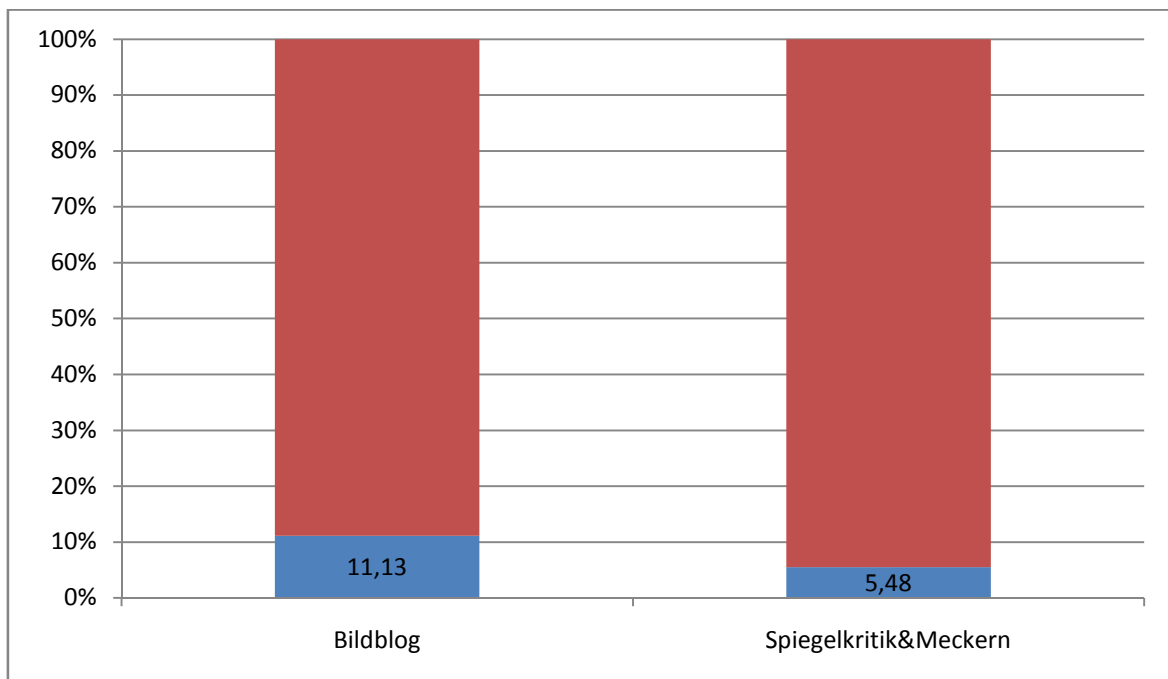
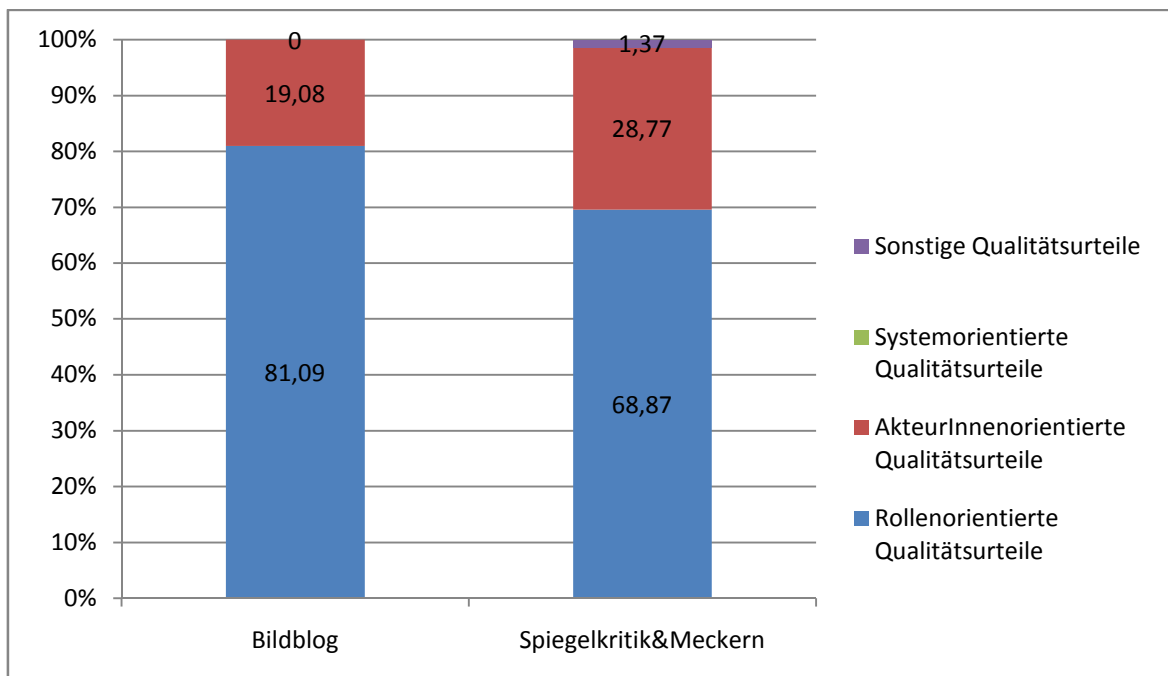
Thematisierung Objektivität (Quelle: Eigene Berechnungen)

Tab.7: Thematisierung Transparenz/Reflexivität

Thematisierung Transparenz/Reflexivität (Quelle: Eigene Berechnungen)

Tab.8: Thematisierung Originalität

Thematisierung Originalität (Quelle: Eigene Berechnungen)

Tab.9: Thematisierung Aktualität**Thematisierung Aktualität (Quelle: Eigene Berechnungen)****Tab.10: Bezugssysteme der Qualitätsurteile****Bezugssysteme der Qualitätsurteile (Quelle: Eigene Berechnungen)**

10.3 Typisierende Strukturierung

Während die im vorherigen Unterkapitel durchgeführte Frequenzanalyse dazu diente, die Konturen der Medienkritik von Watchblogs an Qualitätsurteilen orientiert darzustellen, zielt die letzte Dimension des Kategoriensystems auf eine qualitative Analyse bezüglich der unterhaltenden Elemente der Watchblog-Medienkritik ab.

Mittels der typisierenden Strukturierung, einer methodischen Ausdifferenzierung der qualitativen Inhaltsanalyse, sollen Aussagen über das vorliegende Material getroffen werden, die Antworten auf die Frage nach der Verwendung unterhaltender Elemente in der Medienkritik durch Watchblogs liefern. Dazu werden „besonders markante Bedeutungsgegenstände“ (Mayring 2003: 90) herausgefiltert und näher beschrieben. Als „typisch“ gelten bei diesem methodischen Vorgehen:

- Besonders hervorstechende Ausprägungen
- Ausprägungen, die theoretisch besonders relevant sind
- Besonders oft im Material auftretende Ausprägungen

Um die Typisierungsdimension „Unterhaltende Merkmale der Medienkritik durch Watchblogs“ trennscharf zu definieren, haben zunächst Arbeitsschritte zu erfolgen, die Bestandteil jeder qualitativen Inhaltsanalyse sind.

Bestimmung der Analyseeinheiten

Als Codiereinheit, also dem kleinsten auszuwertenden Materialbestandteil (vgl. Mayring 2003: 53), wird ein Einzelwort oder Grafik-Element definiert, das analog zum Kategoriensystem auf Watchblog-spezifische Unterhaltung schließen lässt. Die Kontexteinheit als größter Textbestandteil, der unter eine Kategorie fallen kann (vgl. ebd.: 53), ist hier ein Sinnzusammenhang bis zur Größe eines ganzen Blog-Eintrags, der durchgängig eine Kategorie repräsentiert.

Festlegung der Strukturierungsdimensionen

Hier muss bestimmt werden, welches Kriterium der Analyse zu Grunde liegt (vgl. Mayring 2003: 85). Die typisierende Strukturierung in dieser Arbeit soll syntaktische Kriterien messen. Demnach soll „die Struktur der sprachlichen Formulierungen im Material“ (vgl. ebd.: 85) untersucht werden, wodurch Rückschlüsse auf die Unterhaltungsdimension von Weblog-basierter Medienkritik gezogen werden können.

Formulierung von Kategoriendefinitionen, Ankerbeispielen und Codierregeln

Hier soll fixiert werden, welches theoretische Verständnis der Kategorien dieser Untersuchung zu Grunde liegt, um intersubjektive Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten.

Die Kategorie Crititainment wird als Vorkommen eines nicht begründbaren Geschmacksurteils definiert (vgl. Unterkapitel 4.4.3.1). Hierzu werden alle Codiereinheiten zugeordnet, die keine regelgeleiteten Qualitätsurteile darstellen, sondern lediglich Zeugnis des subjektiven Geschmacks des Autors oder der Autorin sind. Codiert werden soll Crititainment nur dann, wenn es sich auf die von den Fallbeispielen behandelten Leitmedien bezieht.

Bsp.: „Die Grafik, die `Der Spiegel` diesem Artikel beigelegt hat, ist hässlich.“

Die Kategorie Ironisierung wird als Diskrepanz zwischen Geschriebenem und Gemeintem innerhalb der Blog-Einträge definiert. Natürlich ist Ironisierung als Stilmittel selbst abhängig von der subjektiven Einschätzung der codierenden Person und dementsprechend schwer zu messen. Um hier keine Verfälschungen in Kauf zu nehmen, sollen nur „harte“ Indikatoren im Sinne der hier erfolgten Definition in die Untersuchung einfließen. Codiert wird Ironisierung nur, wenn infolge des allgemeinen Sprach- und Sinnverständnisses klar zu erkennen ist, dass tatsächlich das genaue Gegenteil des Geschriebenen gemeint ist.

Bsp.: „So gesehen ist heute ein besonders großer Tag für die `Bild`“ (habe gleich doppelt werbliche Inhalte untergemischt)

Die Kategorie Blog-Stilmittel wurde nicht theoriegeleitet gebildet, sondern ergibt sich aus der Beobachtung des Analysematerials und dem erfolgten Pretest. Definiert wird die Kategorie durch alle sprachlichen und grafischen Stilmittel, die Blogs eigen sind und einen unterhaltenden Anstrich haben, etwa durchgestrichene Wörter, die dennoch lesbar sind, um den intendierten Sinn durchscheinen zu lassen. Codiert werden sollen nur jene Stilmittel, die für andere Mediensparten atypisch sind und daher originär Weblogs zugewiesen werden können.

Bsp.: „in einem zweiten ~~Anlauf~~ Artikel“

Materialdurchlauf

Im Anschluss wurde das erhobene Material anhand der definierten Kategorien durchgearbeitet. Die Fundstellen, die in die Dimension „Unterhaltende Elemente der Medienkritik durch Watchblogs“ fallen, wurden extrahiert.

Bestimmung der typischen Ausprägungen

Da es bei diesem Teil der empirischen Untersuchung in dieser Arbeit um eine Typologie der unterhaltenden Merkmale der Watchblogs allgemein geht, wird die Trennung in einerseits „Bildblog“ (Kritik an Boulevardmedien) und „Spiegelkritik“ & „Meckern“ (Kritik an so genannten Qualitätsmedien) hier aufgehoben.

Bevor die typischen Ausprägungen der Unterhaltungsdimension im Folgenden ausgeführt werden, muss allerdings konstatiert werden, dass hier bezüglich der Verwendungshäufigkeit zwischen den einzelnen Fallbeispielen leichte Unterschiede bestehen. Vor allem bei der Kategorie Ironisierung fällt auf, dass diese beim „Bildblog“ in hohem Maße eingesetzt wird, bei „Meckern“ allerdings überhaupt nicht vorgefunden werden konnte. Dieser Umstand ist aber sicherlich auch auf die enge Definition dieser Kategorie in der Untersuchung zurückzuführen.

Das Material ist ident mit jenem, das der quantitativen Untersuchung zu Grunde lag. Mittels der typisierenden Strukturierung wurden demnach insgesamt 140 Sinneinheiten analysiert.

Tab. 11: Typische Ausprägungen in der Dimension „Unterhaltende Merkmale der Medienkritik durch Watchblogs“

Nach Extremen	Nach theoretischem Interesse	Nach empirischer Häufigkeit
<i>Kategorie Crititainment</i> „Und so schrieb der Bild-Kolumnist: [...]. Das war dumm.“ „[...], sondern bloß Unsinn.“ „Dussel-Journalismus“ „Diesmal dokumentiert Nicole Serocka ihre Ahnungslosigkeit sowie ihren Unwillen, daran etwas zu ändern.“ „Das ist Nutzerverarschung.“ „Bild ist das Zentralorgan der Politikerverachtung“	<i>Kategorie Blog-Stilmittel</i> „Und wie lautet das Wort, das wird aus dem Bild.de-Teaser ausgeschnitten haben? Genau:“ <u>Betrüger</u> „der ahnungslose zuständige Unterhaltungstexteschreiber“ „kümmern sich um Journalismus Unterhaltung“	<i>Kategorie Ironisierung</i> „wir dokumentieren einige Höhepunkte“ „Natürlich ohne je jene journalistische Distanz aufzugeben“ „Vorläufiger Höhepunkt war sein Beitrag [...], in dem man [...] fast ein Lob des Völkermordes lesen konnte“

Typische Ausprägungen in der Dimension „Unterhaltende Merkmale der Medienkritik durch Watchblogs“ (Quelle: Eigene Darstellung)

Dem Typisierungsprinzip nach Extremen wurde die Kategorie Crititainment zugeordnet. Empirisch war sie zwar im Material selten anzutreffen, aber Termini wie „dumm“, „Dussel“ und „Unsinn“ dokumentieren die zeitweilig extreme Abkehr von rationalen und nachvollziehbaren Urteilen, die in Watchblogs anzutreffen ist. Dem theoretischen Primärinteresse zuzuordnen sind die Blog-Stilmittel, die ja durch Pretest und Begutachtung der Fallbeispiele als Kategorie in die Unterhaltungs-Dimension eingingen. Empirisch am häufigsten anzutreffen war die Kategorie Ironisierung, trotz ihrer engen Definition. Wären hier auch weichere Indikatoren für Ironie erfasst worden, was der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit der Untersuchung geschadet hätte, so wäre die Kategorie Ironie fast auf jede Sinneinheit zutreffend gewesen.

Bestimmung der Prototypen

In diesem Auswertungsabschnitt sollen die Prototypen der erfassten Kategorien festgelegt werden, um einen Einblick in die Relevanz der typisierten Dimension „Unterhaltungselemente“ bei den untersuchten Fallbeispielen zu erhalten.

Als prototypisch für Crititainment, also das Treffen nicht nachvollziehbarer Geschmacksurteile gilt die medienkritische Aussage des „Meckerblogs“ über das Vorgehen der „Zeit Online“-Redaktion: „Das ist Nutzerverarschung“.

Was die Kategorie Blog-Stilmittel betrifft, fällt zunächst auf, dass die Untersuchung über den Indikator „durchgestrichene Wörter“ hinaus Ergebnisse geliefert hat. Der Ausriss „Betrüger“, der einer rhetorischen Frage innerhalb des Watchblog-Artikels folgt, ist ein Stilmittel, das in „etablierten“ Medien im Allgemeinen nicht zu finden ist (nicht zu verwechseln mit gängigen Ausrissen als Bilder etc.). Auffällig ist auch, dass der Indikator „durchgestrichenes Wort“ in zweifacher Richtung vorkommt. Während der „Bildblog“ damit grenzwertige, eigentlich nicht journalistische Aussagen versieht, streichen „Meckern“ und „Spiegelkritik“ das weicher urteilende Wort durch und setzen daneben ihre „eigentliche“ Intention.

Für die Kategorie Blog-Stilmittel prototypisch zu sehen ist jedoch das Statement „der ~~ahnungslose~~ zuständige Unterhaltungstexteschreiber“.

In der Kategorie Ironisierung ist folgende Aussage als prototypisch anzusehen: „Natürlich ohne je jene journalistische Distanz aufzugeben“.

Beschreibung der Prototypen

Der Prototyp für die Kategorie Crititainment, „Das ist Nutzerverarschung“, stellt eine intersubjektiv nicht nachvollziehbare Aussage dar. Schließlich kann die Watchblog-LeserInnenschaft außerhalb der „Zeit“ selbst keine gesicherten Aussagen über die Intention des redaktionellen Vorgehens treffen. Zum anderen entbehrt das Wort „Verarschung“ jeder Sachlichkeit und diffamiert die Arbeit der „Zeit“ über ein im Journalismus übliches Maß hinaus. Vom thematischen Rahmen her dreht sich dieser Prototyp um das Vorgehen des kritisierten Mediums beim Newsletterversand.

Der Prototyp für die Kategorie Ironisierung, „Natürlich ohne je jene journalistische Distanz aufzugeben“ entstammt einem Blog-Eintrag, der sich mit der „Blattkritik“ Frank-Walter Steinmeiers bei der „Bild“-Zeitung befasste. Der „Bildblog“ kritisierte das angebliche Naheverhältnis des Außenministers zum Medium und setzte hinter die prototypische

Aussage einen „Bild“-Artikel, der mit „Steinmeier, endlich mal ein Politiker, der sagt, was er denkt“ beginnt. Damit ist die „journalistische Distanz“ ab absurdum geführt und stellt ein Paradebeispiel für Ironie dar.

Der Prototyp für die Kategorie Blog-Stilmittel, „der ~~ahnungslose~~ zuständige Unterhaltungstexteschreiber“, zeigt deutlich, dass die Verwendung solcher Stilmittel den Watchblog-AutorInnen ermöglicht, Anschauungen und Urteile gewissermaßen gemäßigt weiterzugeben. Diese prototypische Aussage weist somit auf eine Tendenz in der Medienkritik von Watchblogs hin, Meinung mit bloßer Fehlersuche auf eine Ebene zu heben.

11 Interpretation der Ergebnisse

In diesem Kapitel der Magisterarbeit sollen die Ergebnisse der empirischen Untersuchung erläutert werden und bezüglich der zentralen Fragestellung der Arbeit und der Hypothesen einer Bewertung unterzogen werden.

Diese Fallstudie hat sich der Beziehung zwischen dem – sehr offenen – Konstrukt der journalistischen Qualität und der Medienkritik als Subgenre des Medienjournalismus gewidmet. Im Mittelpunkt des Erkenntnisinteresses steht die Frage, welche Qualitätsurteile durch monothematische Medienkritik an Leitmedien via Watchblogs getroffen werden.

Mittels einer Synopse von journalistischen Qualitätskriterien aus Forschungsstand, journalistischen Handwerkskriterien und den Normen des Deutschen Presserats anhand des Rahmens, den Ruß-Mohls Modell des „magischen Vielecks“ vorgibt, wurde ein Katalog von inhaltsanalytischen Kategorien entworfen, die unter fünf Dimensionen zu subsumieren sind: Komplexitätsreduktion, Objektivität, Transparenz/Reflexivität, Originalität und Aktualität.

Mittels dieses quantifizierenden Teils der durchgeführten Inhaltsanalyse wurden die Kommunikate der drei Fallbeispiele „Bildblog“, „Spiegelkritik“ und „Meckern“ auf Häufigkeiten der Thematisierung der genannten Qualitätsdimensionen untersucht. In den selben Teil der Untersuchung reiht sich die Frage ein, welchem Bezugssystem journalistischer Qualitätsurteile die Kommunikate der Watchblogs vorrangig zuzuordnen sind. Schreiben diese journalistische Mängel der Berufsrolle, der individuell handelnden Person oder gar dem Gesamtsystem zu? Die Befunde zu den beiden genannten Fragekomplexen finden sich als Ankerbeispiele in der folgenden Interpretation, nach Forschungsfragen und Hypothesen geordnet, wieder.

F1: Besteht bezüglich der Häufigkeit der Thematisierung des Qualitätsziels der Komplexitätsreduktion ein Unterschied zwischen den Qualitätsurteilen des „Bildblogs“ einerseits sowie „Spiegelkritik“ und „Meckern“ andererseits?

H1: Zwischen den Urteilen des „Bildblogs“ sowie von „Spiegelkritik“ und „Meckern“ bezüglich der Häufigkeit der Thematisierung des Qualitätsziels der Komplexitätsreduktion besteht kein prägnanter Unterschied.

Diese Hypothese kann durch die Ergebnisse der Frequenzanalyse nicht bestätigt werden. Angenommen wurde zunächst auf theoretischer Basis, dass aufgrund der Eigenschaft des Qualitätsziels der Komplexitätsreduktion als Grundfunktion des Journalismus in komplexen Gesellschaften kein prägnanter Unterschied zwischen dem „Bildblog“ und der Kumulation aus „Spiegelkritik“ und „Meckern“ bezüglich der Häufigkeit der Thematisierung dieses Ziels zu erwarten sei.

Die Frequenzanalyse ergibt jedoch, dass der „Bildblog“ 6,36% seiner Urteile auf mangelnde Komplexitätsreduktion bezogen hat, während „Spiegelkritik“ und „Meckern“, jene Watchblogs, die so genannte Qualitätsmedien kritisieren, in 15,07% ihrer medienkritischen Urteile Mängel bei der Komplexitätsreduktion diagnostizierten.

Positive Urteile zum Ziel der Komplexitätsreduktion finden sich bei beiden Watchblog-Typen nicht. Bei der Betrachtung der Ankerbeispiele fiel auf, dass sich der „Bildblog“ zur Hauptsache mit kontextueller Verständlichkeit auseinandersetzt.

„Bildblog“:

Kategorie Verständlichkeit Kontext – Indikator Inhalt kontextuell unverständlich - „Und was fällt Bild.de zum Tod Thomas Dörfleins ein? Eisbär Knut ist geradezu mystisch grau, wirkt traurig“

„Spiegelkritik“&„Meckern“

Kat. Vereinfachung – Ind. Zulässige Vereinfachung fehlt – „Man muss schon genau suchen, um den Link `Kommentare ausklappen` zu finden“

Kat. Verständlichkeit Sprache – Ind. Inhalt sprachlich unverständlich - „englisches Idiom falsch übersetzt“

Kat. Verständlichkeit Kontext – „Zahlen ohne Sachkunde einfach nebeneinander gesetzt“

Kat. Sonstiges – „wenig illustrativer Kartenausschnitt“

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass jener Typus von Watchblogs, der sich mit „Qualitätsmedien“ befasst, facettenreicher und häufiger Qualitätskriterien thematisiert, die auf das Ziel der Komplexitätsreduktion abzielen, als der Typus, der Boulevardmedien monothematisch begleitet. Die Kritik des erstgenannten Typus bezieht sich auf Qualitätsanforderungen auf dem Level eines spezifizierteren Publikums, was beim Material zur Komplexitätsreduktion seitens des „Bildblogs“ nicht im selben Maße zu finden ist. Mängel bei der Komplexitätsreduktion werden hier laInnengerechter mit bloßer Kontextualität begründet.

Auf mögliche Fehler der Verhältnismäßigkeit durch die leicht unterschiedlichen Fallzahlen der beiden Typen bei der Frequenzanalyse kann der prozentuale Unterschied von 8,71 bei dieser Dimension nicht gänzlich zurückgeführt werden.

F2: Besteht bezüglich der Häufigkeit der Thematisierung des Qualitätsziels der Objektivität ein Unterschied zwischen den Qualitätsurteilen des „Bildblogs“ und jenen von „Spiegelkritik“ und „Meckern“?

H2: Es ist zu erwarten, dass die Medienkritik des „Bildblogs“ häufiger jene Kriterien, die die Objektivität betreffen, thematisiert als die Medienkritik von „Spiegelkritik“ und „Meckern“.

Diese Hypothese ist durch die Ergebnisse der Frequenzanalyse zu bestätigen. Während mit 66,78% etwa zwei Drittel der Qualitätsurteile des „Bildblogs“ auf das Ziel der Objektivität bezogen sind, ist dies bei „Spiegelkritik“ und „Meckern“ nur bei 42,47% der Fall. Theoretisch wurde diese Hypothese mit den sich unterscheidenden Voraussetzungen, die Boulevard- und „Qualitäts“-Medien mit sich bringen, begründet. Da die „Bild“-Zeitung als Boulevard-Kaufzeitung in hohem Maße auf Emotionalisierung, markante und reißerische Schlagzeilen angewiesen ist und auch ihr Online-Ableger „Bild.de“ diesen Stil mitträgt, war eine Häufung von Kritik bezogen auf das Qualitätsziel der Objektivität zu erwarten. Dafür sprach auch die Häufung der Rügen des Deutschen Presserats an die „Bild“-Zeitung (siehe Unterkapitel 7.1), die Fragen der Objektivität ansprechen.

Das Qualitätsziel der Objektivität wird dem Forschungs- und Rechtsstand zufolge in dieser Arbeit durch folgende Kriterien bezeichnet: Rechtmäßigkeit sowie perspektivische Vielfalt und Ausgewogenheit, Faktentreue, Beachtung der Nachrichtenwerte, Trennung von Nachricht und Meinung, Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung, Bereitstellung von Hintergrundinformationen, Verzicht auf diffamierende Kritik und Diskriminierung, Schutz von Intimsphäre und Privatleben sowie vorurteilsfreie Berichterstattung über juristische Verfahren (siehe 6.2.7). Die bei dieser Forschungsfrage umfangreichere Betrachtung der Ankerbeispiele zeigt ausschnittsweise, welche Einzelkategorien zum Qualitätsziel der Objektivität thematisiert wurden. Positives zum Thema Objektivität war bei keinem der beiden Watchblog-Typen zu finden.

„Bildblog“:

Kat. Faktentreue – Ind. Falsche Tatsachen getextet – „Bierverkauf auf dem Oktoberfest hat nicht `leicht zugelegt`, sondern hat abgenommen“; Ind. Relevante Tatsachen fallengelassen – „zwar kamen offenbar tatsächlich wieder rund sechs Millionen Besucher, aber 2007 waren es 200 000 mehr“; Ind. Falsche Tatsachen zitiert – „Mär von den Kollegen von Express.de abgeguckt“

Kat. Trennung Redaktionelles/ Werbung – Ind. PR-Bericht nicht erkennbar – „Und dann folgt ein Werbetext, wie ihn kein Agenturtexter hätte besser formulieren können“;

Kat. Verzicht auf diffamierende Kritik – Ind. Medium übt diffamierende Kritik - „Bild: `Justiz lässt dieses Schwein laufen`“; Ind. Diskriminierung wegen Nation – „Es ist ein pseudohistorisch verkleideter Rassismus“

Kat. Vorurteilsfreie Berichterstattung – Ind. Voller Name ohne öffentliches Interesse publiziert – „Bild nennt den Angeklagten beim vollen Namen“; Ind. Präjudizierende Stellungnahme – „Bild sicher: Murat S. fuhr den Todes-BMW“

„Spiegelkritik“&„Meckern“:

Kat. Vielfalt/ Ausgewogenheit - Ind. Auf eine Seite geschlagen – „Zeit Online schreibt, die User werden bockig. Ich finde ja, sie emanzipieren sich“

Kat. Faktentreue – Ind. Relevante Tatsachen fallengelassen – „Die Karte zeigt nur die heutige Situation“; Ind. falsche Tatsachen zitiert – „SpOn ist einer Satiremeldung aufgesessen“; Ind. Falsche Tatsachen getextet - „Dominic Stoiber ist nicht in den bayerischen Bezirkstag, sondern in den Bezirkstag Oberbayern gewählt worden“

Kat. Vorurteilsfreie Berichterstattung – Ind. präjudizierende Stellungnahme - „Josef F. trotz nicht erfolgter Verurteilung als Straftäter bezeichnet“

Kat. Trennung Red./ Werb. - „vorbildpeinlicher PR-Text“

Kat. Bereitstellung Hintergrundinformation – Ind. Bloßes Berufen auf andere Medien – „Geistlose Übernahme von Texten aus dem Redaktionssystem des Mutterblattes“

Kat. Beachtung Nachrichtenwerte – Ind. Status – „Seite 1-Artikel der Printausgabe wird auf Zeit Online nicht gebracht“

Aus der Frequenzanalyse nach Einzelfällen (siehe 10.1) ergibt sich, dass die Faktentreue bei allen drei untersuchten Fallbeispielen innerhalb der Dimension Objektivität am häufigsten thematisiert wurde. Ein markanter Unterschied zeigt sich bei der Kategorie der Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung: Analog zum Gesamtergebnis der Forschungsfrage zeigt sich dazu beim „Bildblog“ eine starke Häufung, der zweite Watchblog-Typus führt hierzu keine Kritik an.

Zusammenfassend lässt sich also konstatieren, dass das Qualitätsziel der Objektivität bei der monothematischen Medienkritik des „Bildblogs“ massiv im Zentrum steht. Die Überprüfung und das Hinterfragen von Fakten, die das Boulevardmedium „Bild“ präsentiert, zeigt der LeserInnenschaft des Watchblogs wohl am augenscheinlichsten die Defizite des kritisierten Mediums. Zwar kritisiert zumindest die „Spiegelkritik“ für sich gesehen auch am häufigsten Mängel beim Qualitätsziel der Objektivität, andere Qualitätsziele, deren Erreichen wohl teils schwieriger zu diagnostizieren sind, treten aber dennoch nicht so sehr in den Hintergrund wie im Fall des „Bildblogs“.

Auch unter Einbezug möglicher Verfälschungen durch die leicht unterschiedlichen Fallzahlen zeichnet sich ein deutlicher Unterschied im Sinne der Hypothese ab.

F3: Besteht bezüglich der Häufigkeit der Thematisierung des Qualitätsziels der Transparenz/Reflexivität ein Unterschied zwischen dem „Bildblog“ sowie „Spiegelkritik“ und „Meckern“?

H3: Es ist zu erwarten, dass bezüglich des Qualitätsziels der Transparenz/Reflexivität kein prägnanter Häufigkeitsunterschied zwischen den Qualitätsurteilen des „Bildblogs“ und jenen von „Spiegelkritik“ und „Meckern“ besteht.

Diese Hypothese konnte durch die Frequenzanalyse nicht bestätigt werden. Während der „Bildblog“ in seinen Qualitätsurteilen nur zu 14,31% das Ziel der Transparenz und Reflexivität thematisiert, befassen sich 31,51% der Urteile von „Spiegelkritik“ und „Meckern“ mit diesem Thema.

Theoretisch untermauert wurde diese Hypothese vor der empirischen Untersuchung durch die Annahme, dass das Kriterium der Reflexionsfähigkeit eine Kompetenz ist, die zur sozialen Orientierung allgemein vom Journalismus verlangt wird (siehe 4.4.2.1). Zusätzlich wurde das unter 4.4.2.3 beschriebene Distanzproblem zur Begründung der Hypothese herangezogen, wonach eine effektive Selbstbeobachtung des Journalismus, dessen Aufgabe es ist, gesellschaftliche Vorgänge zu beobachten, stets erschwert ist. Aus dieser allgemeinen Problemlage wurde geschlossen, dass die Kriterien des Qualitätsziels der Transparenz und Reflexivität (sich bei der Recherche zu erkennen geben, Offenlegung der Umstände der Berichterstattung, Quellenpräzision, Kennzeichnung von Vermutungen sowie Richtigstellung von Fehlern) bei allen drei untersuchten Watchblogs ähnlich häufig thematisiert werden, wenn auch aus anderen fallbezogenen Ursachen.

Stattdessen ist eine deutliche Häufung der Thematisierung von Transparenz/Reflexivität seitens der Watchblogs, die sich mit „Qualitätsmedien“ befassen, festzustellen. Dieses Ergebnis straft die getroffenen theoretischen Vorannahmen trotzdem nicht Lügen. Betrachtet man die inhaltsanalytischen Funde, so ist das Ergebnis wohl darauf zurückzuführen, dass anhand der Synopse der Qualitätskriterien, die mittels des Forschungsstandes erstellt wurde und die der empirischen Untersuchung zu Grunde lag, Besonderheiten der Fallbeispiele vor der Untersuchung nicht in die Hypothesenfindung einzuschließen waren. Hierbei handelt es sich einerseits um Internet-spezifische Qualitätsmängel, die seitens der Forschung zu journalistischer Qualität noch kaum thematisiert wurden. Andererseits befasste sich der „Bildblog“ während der Feldzeit

massiv mit der neu eingeführten öffentlichen Blattkritik bei der „Bild“. Diese Ausprägung von Kritik und Transparenz/Reflexivität konnte durch den Pretest nicht erfasst werden. Positive Urteile fanden sich zur Dimension Transparenz/Reflexivität nur bei „Spiegelkritik“. Anbei die Ankerbeispiele:

„Bildblog“:

Kat. Sonstiges – „Vielleicht war es für Steinmeier bei der Bild-Blattkritik einfach mal Zeit, Danke zu sagen“

Kat. Richtigstellung von Fehlern – Ind. Keine nachvollziehbare Korrektur – „Bei Bild.de ist der fehlerhafte Text ohne Erklärung entfernt worden“

„Spiegelkritik“&„Meckern“

Kat. Offenlegung Umstände der Berichterstattung – Ind. Quellenpräzision – „Die im Heft genannte Quelle fehlt der Online-Ausgabe“

Kat. Richtigstellung von Fehlern – Ind. Keine Korrektur - „ist bereits seit gestern falsch“

Kat. Sonstiges – „Datenschutzbestimmungen tauchen erst nach Abonnement des Newsletters auf“

Kat. Positives - „Vorbildlich wurde die falsche Nachricht mit entsprechendem Vermerk im Netz belassen“

Durch die nicht in eigenen Kategorien erfassten Qualitätsmängel bei Online-Transparenz und bei der Blattkritik ergibt sich ein hohes Ergebnis im Bereich „Sonstiges“. Obwohl diese Forschungsfrage nicht das erwartete Ergebnis produziert hat, ist dieses dahingehend zu interpretieren, dass Online-Transparenz und verantwortlicher Umgang mit den Möglichkeiten des Internets ein wichtiger Kritikpunkt der monothematischen Watchblogs sind. In diesem Bereich wurden vor allem seitens der „Spiegelkritik“ immer wieder LeserInnenbriefe der NutzerInnen veröffentlicht, was darauf hinweist, dass Watchblogs im Bereich Transparenz eine Sprachrohrfunktion einnehmen.

Zusammenfassend bleibt zu sagen, dass sich die hier untersuchten Watchblogs, die so genannte Qualitätsmedien kritisch begleiten, in höherem Maße mit Fragen der Transparenz und der Reflexivität befassen als der mit einem Boulevardmedium befasste „Bildblog“. Auch dieser Häufigkeitsunterschied kann nicht allein durch Fehler auf Grund der leicht unterschiedlichen Fallzahlen zurückgeführt werden.

F4: Besteht bezüglich der Häufigkeit der Thematisierung des Qualitätsziels der Originalität ein Unterschied zwischen den Qualitätsurteilen des „Bildblogs“ und jenen von „Spiegelkritik“ und „Meckern“?

H4: Bezüglich des Qualitätsziels der Originalität ist zu erwarten, dass der „Bildblog“ dessen Kriterien häufiger thematisiert als „Spiegelkritik“ und „Meckern“.

Auch diese Hypothese konnte durch die Frequenzanalyse nicht bestätigt, aber auch nicht gänzlich falsifiziert werden. Die Untersuchung ergab, dass lediglich 1,59% der Qualitätsurteile des „Bildblogs“ auf das Ziel der Originalität bezogen sind. Bei „Spiegelkritik“ und „Meckern“ beträgt die Häufigkeit der Thematisierung der Originalität 5,48%. Definiert wurde die Dimension, abgesehen von Positivem und Sonstigem durch die Kategorie der Bereitstellung von Gegeninformation. Analog zur 2. Hypothese stützte sich auch diese auf die Vorannahme, dass der einem Boulevardmedium eigene Hang zur Personalisierung und Emotionalisierung tendenziell im Gegensatz zu ausgewogener Berichterstattung steht. Daraus ergab sich die Annahme einer Häufung seitens des „Bildblogs“. Zum Ziel der Originalität findet sich bei „Bildblog“ und „Spiegelkritik“ nichts Positives, „Meckern“ äußert sich in seinen – zahlenmäßigen geringen – Urteilen zur Originalität hingegen ausschließlich positiv. Nachfolgend die Ankerbeispiele:

„Bildblog“

Kat. Bereitstellung von Gegeninformation – „Aber natürlich wird die Meldung von zahlreichen Medien weiterverbreitet. Auch von Bild.de“

„Spiegelkritik“&„Meckern“

Kat. Bereitstellung von Gegeninformation - „nicht selbst draufkommen, aber umso verwunderter schreien“

Kat. Positives - „Die Nachtschwärmer-Karte ist eine sehr schöne Idee“

In Bezug auf diese Forschungsfrage muss natürlich auch eingeräumt werden, dass die Dimension der Originalität, spezifiziert durch die Kategorie „Bereitstellung von Gegeninformation“, wohl auch deshalb verhältnismäßig selten von beiden Watchblog-Typen thematisiert wurde, weil zu ihrer Überprüfung meist das eigene Verfügen über Gegeninformation notwendig ist. Sprich, wenn man selbst keinen Zugang zu

Hintergründen hat, ist es schwer, beim kritisierten Medium Verfehlungen in diesem Bereich festzustellen.

Da der Unterschied zwischen den Typen allerdings relativ gering ist und sich - auf Grund der analog zu den Gegebenheiten einer Fallstudie nicht extrem hohen Fallzahl – nicht als absolut und repräsentativ beschreiben lässt, wäre diese Forschungsfrage nicht als zur Gänze beantwortet zu bezeichnen.

F5: Besteht bezüglich der Häufigkeit der Thematisierung des Qualitätsziels der Aktualität ein Unterschied zwischen den Qualitätsurteilen des „Bildblogs“ und jenen von „Spiegelkritik“ und „Meckern“?

H5: Es ist zu erwarten, dass das Qualitätsziel der Aktualität seitens des „Bildblogs“ häufiger thematisiert wird als von „Spiegelkritik“ und „Meckern“.

Die Frequenzanalyse bestätigt diese Hypothese. Während die Qualitätsurteile des „Bildblogs“ zu 11,13% auf Aktualität bezogen sind, ergibt die Untersuchung von „Spiegelkritik“ und „Meckern“ eine Häufigkeit von nur 5,48%. Zur theoretischen Untermauerung der Hypothese wurde auch hier vorweg mit den Charakteristika von Boulevardmedien und dem „Qualitätsbereich“ mit den Prototypen „Der Spiegel“ und „Die Zeit“ gearbeitet. Zum einen ergibt sich eine anzunehmende Häufung des „Bildblogs“ bezüglich der Thematisierung von Aktualität aus der Personalisierung und Hervorhebung des Einzelfalls, mit dem Boulevardmedien wie „Bild“ arbeiten. Zudem bringt das journalistische Einbeziehen von Alltagsschicksalen ohne speziellen Status durch dieses Medium mit sich, dass das Qualitätskriterium der Wichtigkeit und sein Nicht-Beachten für den „Bildblog“ relevanter sind als für „Spiegelkritik“ und „Meckern“. Positives zum Qualitätsziel der Aktualität findet sich lediglich bei „Spiegelkritik“. Ankerbeispiele zur Dimension der Aktualität:

„Bildblog“

Kat. Neuigkeit – Ind. Medium publiziere Inaktuelles - „Außer Bild hat in ganz Deutschland seit einem Jahr keiner mehr diese Nachricht gebracht“

Kat. Wichtigkeit – Ind. Medium publiziere Unwichtiges - „Es ist auch für ein Boulevardmedium eine durchaus merkwürdige Erscheinung, von den vielen Dingen ausgerechnet die Behauptung in den Mittelpunkt zu rücken“

„Spiegelkritik“&„Meckern“

Kat. Wichtigkeit – Ind. Medium publiziere Unwichtiges - „wen interessiert`s“

Allerdings muss auch hier der geringe absolute Fallzahlenunterschied zwischen den beiden Watchblog-Typen bedacht werden.

F6: Führen monothematische Watchblogs qualitätsbezogene Medienkritik anhand rollen-, system- oder akteurInnenorientierter Thematisierung journalistischer Qualität durch?

H6: Watchblogs führen Medienkritik gehäuft durch rollenorientierte Thematisierung journalistischer Qualität durch.

Die Frequenzanalyse bestätigt diese Hypothese, die auf Gemeinsamkeiten der beiden polarisierten Watchblog-Typen abzielt. Der „Bildblog“ bezieht zu 81,09% seine Qualitätsurteile auf journalistische Berufsrollen, „Spiegelkritik“&„Meckern“ tun dies zu 68,87%. Seitens des „Bildblogs“ wird nur in etwa einem Fünftel der Fälle (zu 19,08%) eine individuelle Akteurin oder ein individueller Akteur für journalistische Fehlleistungen verantwortlich gemacht. „Spiegelkritik“&„Meckern“ weisen zu 28,77% einen akteurInnenorientierten Bezug zu journalistischer Qualität auf. Das Gesamtsystem Journalismus als Bezugspunkt von Qualitätsurteilen spielt bei keinem der beiden charakterisierten Watchblog-Typen eine Rolle.

Diese Hypothese wurde unter Einbezug der Theorie des Journalismus als kommunikatives Handeln aufgestellt. Der zufolge wurde angenommen, dass rollenorientierte Bestimmungen journalistischer Qualität in medienkritischen Watchblogs gegenüber akteurInnenorientierten und systemorientierten Bestimmungen überwiegen. Der Grund dafür liegt in der Institutionalisierung von Handlungsmustern, die durch Regeln konstatiert werden (siehe 3.2). So ist es plausibel, dass seitens der hier untersuchten medienkritischen Watchblogs, die zumindest weitgehend von professionellen JournalistInnen produziert werden, eine Qualitätsbestimmung passiert, die sich gehäuft an nicht individuellen Erwartungen in Zusammenhang mit journalistischen Berufsrollen orientiert. Diese Berufsrollen sind aber, wie auch die Empirie zeigt, in starkem Zusammenhang mit der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Medium bzw. einem bestimmten Genre zu sehen. Eine weitere Erkenntnis, die aus der Beantwortung dieser Forschungsfrage zu gewinnen

ist, bezieht sich auf den Unterschied zwischen US-amerikanischer Watchblog-Praxis und dem hier untersuchten deutschsprachigen Raum. Unter Kapitel 5.2 wurde konstatiert, dass sich US-amerikanische Watchblogs oft auf journalistische Einzelpersonen konzentrieren und dies medienkritisch klar deutlich machen. Die hier untersuchten Fallbeispiele tun dies nur im Einzelfall, etwa wenn ein Anlass für ein aktuelles Qualitätsurteil mit einer früheren Fehlleistung derselben Person verbunden werden kann. Im Normalfall wird die Verantwortung für die Einhaltung journalistischer Qualitätskriterien beim Medium gesucht. Anbei die Ankerbeispiele:

„Bildblog“

Kat. Rollenorientierung – Ind. Watchblog-AutorIn macht Berufsrolle verantwortlich – „Und was fällt Bild dazu ein?“; „Bild.de macht aus Doppelmord Unterhaltung“

Kat. AkteurInnenorientierung – Ind. Watchblog-AutorIn macht Individuum verantwortlich – „Selbst wenn Klatschreporterin Annette Pawlu tatsächlich so naiv sein sollte“

„Spiegelkritik“&„Meckern“

Kat. Rollenorientierung – Ind. Watchblog-AutorIn macht Berufsrolle verantwortlich – „Dass Spiegel Online kritikresistent ist, ist bekannt“

Kat. AkteurInnenorientierung – Ind. Watchblog-AutorIn macht Individuum verantwortlich – „Ein lesenswertes Stück bei Zeit Online von Meike Richter“

Datenfehler auf Grund der leicht unterschiedlichen Fallzahl sind durch den markanten ermittelten Unterschied auszuschließen.

Zum Abschluss des quantifizierenden Teils der Auswertung zeigt die folgende Tabelle die Ergebnisse noch einmal auf einen Blick.

Tab. 12: Zusammenschau der Ergebnisse der Frequenzanalyse

	„Bildblog“	„Spiegelkritik“ & „Meckern“
Komplexitätsreduktion	6,36%	15,07%
Objektivität	66,78%	42,47%
Transparenz/Reflexivität	14,31%	31,51%
Originalität	1,59%	5,48%
Aktualität	11,13%	5,48%
Bezugssysteme	Rollenorientiert 81,09% AkteurInnenorientiert 19,08%	Rollenorientiert 66,87% AkteurInnenorientiert 28,77%

Zusammenschau der Ergebnisse der Frequenzanalyse (Quelle: Eigene Berechnungen)

Der Frage, welche Aspekte von journalistischer Qualität durch die monothematische Medienkritik an Leitmedien durch Watchblogs thematisiert werden, wurde in den obigen fünf Forschungsfragen der Arbeit anhand der Dimensionen Komplexitätsreduktion, Objektivität, Transparenz/Reflexivität, Originalität und Aktualität untersucht. Die sechste Forschungsfrage widmete sich dem Interesse, welcher Handlungsebene journalistische Qualitätsurteile zugeschrieben werden.

Der zweite Teil der empirischen Untersuchung widmet sich den Unterhaltungselementen, die in der Medienkritik von monothematischen Watchblogs zu finden sind. Während der quantitative Fragekomplex zu den thematisierten Dimensionen journalistischer Qualität quasi die Konturen des Untersuchungsgegenstands zu definieren versuchte, steht bei dieser abschließenden Forschungsfrage sinngemäß die Bildfläche, das „Wie“ der monothematischen Medienkritik via Watchblogs im Fokus. Um darauf Antworten zu finden, wurde statt einer quantifizierenden Vorgehensweise die typisierende Strukturierung (siehe 10.3) gewählt, eine Form der qualitativen Inhaltsanalyse, die den Anforderungen dieses noch weitgehend zu explorierenden Teilfeldes gerecht wird.

F7: Welche unterhaltenden Elemente setzen monothematische Watchblogs in ihrer Medienkritik ein? Welche Unterschiede bestehen diesbezüglich zwischen „Bildblog“ sowie „Spiegelkritik“ und „Meckern“?

H7: Monothematische Watchblogs setzen in ihrer Medienkritik Crititainment, Ironie und Blog-Stilmittel als unterhaltende Elemente ein. Es ist zu erwarten, dass beim „Bildblog“ unterhaltende Elemente besonders intensiv zum Tragen kommen.

Zur Charakterisierung der unterhaltenden Elemente von Medienkritik durch Watchblogs wurde mit drei Konstrukten – Crititainment, Ironie und Blog-Stilmittel gearbeitet. Natürlich muss eingeräumt werden, dass vor allem die Ironie sehr diffizil zu messen ist. Um möglichst wenig Verfälschungen oder intersubjektiv nicht Nachvollziehbares in der empirischen Untersuchung zu erzeugen, wurden hier nur harte Indikatoren im engen definitorischen Sinn der Konstrukte gemessen.

Die Methode der typisierenden Strukturierung ergab zunächst die typischen Ausprägungen der Dimension der Unterhaltungselemente. Während ironisierende Aussagen empirisch am häufigsten im Material anzutreffen waren, besaß die Kategorie Crititainment die extremsten Ausprägungen. Da die Kategorie Blog-Stilmittel im Vorfeld des qualifizierenden Teils der Untersuchung am wenigsten durch theoretische Vorannahmen untermauert werden konnte, war sie von primärem theoretischem Interesse. Die Ergebnisebene der typisierenden Strukturierung bringt die genaue Beschreibung dreier Prototypen für die jeweiligen Kategorien der Dimension Unterhaltungselemente (siehe 10.3).

Der erste Teil der Hypothese, wonach sich monothematische Medienkritik durch Watchblogs aller drei theoretisch aufbereiteten „Unterhaltungswerkzeuge“ bedient, kann mit den Ergebnissen der Untersuchung durchaus bestätigt werden. Jedes der untersuchten Fallbeispiele verwendete unterhaltende Elemente. Allerdings war festzustellen, dass „Meckern“ im untersuchten Materialausschnitt auf Ironisierung verzichtete. Die qualitative Inhaltsanalyse ergab demzufolge, dass Unterhaltungselemente ein integraler Teil von Medienkritik via Watchblogs sind. Crititainment, Blog-Stilmittel und Ironisierung dienen der Zuspitzung der Urteile und als Hilfsmittel, um die eigene journalistische Integrität zu wahren (indem man etwa Geschmacksurteile virtuell durchstreicht).

Der zweite Teil der Hypothese zu dieser letzten Forschungsfrage der Untersuchung geht von einer höheren Gewichtung der genannten Unterhaltungselemente beim „Bildblog“ aus. Anders als im ersten Teil der Empirie wird eine Häufung hier allerdings nicht quantifizierend gemessen. Wie es schon der Teilschritt des Materialdurchlaufs in der typisierenden Strukturierung zeigte, ist diese hypothetische Annahme auch durch die Betrachtung der Prototypen zu erkennen, welche im Folgenden als Ankerbeispiele dienen.

„Bildblog“

Kat. Ironisierung - „Natürlich ohne je jene journalistische Distanz zu ihm aufzugeben“

Kat. Blog-Stilmittel - „der ahnungslose zuständige Unterhaltungstexteschreiber“

„Meckern“

Kat. Crititainment – „Das ist Nutzerverarschung“

Die Verteilung der Prototypen spiegelt den Überhang an Unterhaltungselementen seitens des „Bildblogs“ wieder. Eine mögliche Erklärung für diesen Umstand findet sich in der großen Distanz, die im Falle des „Bildblogs“ zwischen Beobachter und beobachtetem Medium existiert. „Über das große Schlimme“ der Boulevardzeitung „Bild“ berichtet der Watchblog. Es ist anzunehmen, dass anders als bei „Spiegelkritik“ und „Meckern“, die sogenannte Qualitätsmedien kritisieren, beim „Bildblog“ so gut wie keine Identifikation mit den kritisierten JournalistInnen stattfindet, was beißende, unterhaltsame Kritik am Rande der Unsachlichkeit erleichtert. Empirisch nachzuweisen ist dieser angenommene Zusammenhang als Grund für die Häufung von Unterhaltungselementen beim „Bildblog“ natürlich nur mit einer KommunikatorInnenuntersuchung.

Abschließend soll hier noch die Validität der durchgeführten Untersuchung bewertet werden. Diese definiert einen inhaltsanalytischen Qualitätsstandard, der angibt, ob tatsächlich der Bedeutungsgehalt gemessen wurde, der durch die Forschungsfragen anvisiert wurde. Die Inhaltsvalidität wird geprüft, indem man kontrolliert, ob im Kategoriensystem alle Aspekte berücksichtigt worden sind, die die Forschungsfragen implizieren (vgl. Früh 2007: 197). In einer abschließenden Überprüfung der Ergebnisse der Forschungsfragen und nach drei Durchläufen der Codierung (mit Pretest und Fremdcodierung) kann diese Qualitätsanforderung als erfüllt gelten.

Die Kriteriumsvalidität kann im Gegensatz zur Inhaltsvalidität grundsätzlich erst nach Beendigung der Analyse beurteilt werden. Sie bezeichnet die Varianten Vorhersagevalidität und Konkurrenzvalidität. Im ersteren Fall werden durch eine Hinzunahme weiterer, nicht inhaltsanalytischer Methoden Inferenzen, also der Zusammenhang des erforschten Inhalts mit darüber hinausgehenden Bedeutungen, überprüft. Die Konkurrenzvalidität wird getestet, indem andere Untersuchungen zum selben Gegenstand herangezogen werden (vgl. ebd.: 197). Aufgrund des engen Rahmens einer Masterarbeit können zur Kriteriumsvalidität dieser Untersuchung keine Angaben gemacht werden.

12 Conclusio und Ausblick

Während sich das vorherige Kapitel den Ergebnissen der Forschungsfragen widmete, dient dieses Schlusskapitel der Zusammenschau und Einordnung der Ergebnisse in den Forschungsstand der Kommunikationswissenschaft.

Theoretisch gliedert sich die Magisterarbeit in drei zentrale Bereiche. Mit Hilfe des Erkenntnisfundus der Journalismustheorie wurde zunächst die Medienkritik als Genre mit spezifischen Anforderungen und Problemfeldern fruchtbar gemacht. In einer Zeit, in der die Medialisierung der Politik genauso sehr fortschreitet wie die Konzentration auf dem Medienmarkt scheint eine effiziente Kontrolle derer, die die gesellschaftliche Entwicklung beobachten, unumgänglich. Medienjournalismus und Medienkritik als „fünfte Gewalt“ – dass dieses Konzept umstritten ist, wurde unter 4.4.1 angeführt. Eine ambivalente Sichtweise trifft es wohl am besten. Zum einen stehen die Medien, die so genannte „vierte Gewalt“, als nichtstaatliche Organisationen drei demokratischen Institutionen in staatlicher Hand gegenüber. Zum anderen bringt die Sichtweise der Medien als „vierte Gewalt“ ihr Machtpotential auf den Punkt (vgl. Ruß-Mohl 2000a: 17). Eine Selbstbeobachtung der Beobachter kann daher als wünschenswert genauso wie als problematisch bezeichnet werden. Unter Kapitel 4.4.2 finden sich die spezifischen Probleme der Medienkritik: schwache Institutionalisierung, Hang zum Distanzverlust, starke KollegInnenorientierung, Interessenskonflikte. Insofern stellt sich die Frage, ob Medienkritik überhaupt in der Lage ist, Leistungen zur Qualitätssicherung im Journalismus zu erbringen, wie sie in der Forschung immer wieder postuliert werden.

Doch bevor sich die Arbeit mit den Spezifika von Medienkritik durch Watchblogs auseinandersetzte, wurde zunächst noch auf die Funktionen eingegangen, die der Medienkritik als „Kontrastmittel und Gegengift“ (Bucher 2003: 25) zugeschrieben werden. Ihre Wirkung kann sich auf verschiedenen Ebenen entfalten: Auf der übergeordneten Ebene der Mediengesellschaft erfüllt sie aufklärerische Funktionen. Dem Medienpublikum kann sie zumindest theoretisch zu Medienkompetenz verhelfen. Während Medienkritik auf der Ebene von Medienpolitik und –Ökonomie für Transparenz sorgt, dient sie im Bereich der MedienakteurInnen der Qualitätssicherung. Im Zentrum der Arbeit, untermauert durch das empirische Forschungsdesign, steht allerdings die handlungsabhängigste Ebene: die

Medienprodukte. Bezogen auf die Kommunikate dient Medienkritik der Orientierung im alltäglichen Angebotsdschungel.

Verbunden mit dieser Grundannahme arbeitete diese Untersuchung vor dem theoretischen Hintergrund der Theorie des Journalismus als kommunikatives Handeln (Kapitel 3.2). Medienkritische Kommunikation via Weblogs ist im Zwischenbereich einer singulären, individuellen Handlung und dem Ergebnis institutioneller Rahmenbedingungen einzuordnen. Letztendlich gilt diese Annahme m.E. zwar für jede journalistische Kommunikation, am Beispiel der Watchblogs, die zum Teil partizipativ arbeiten, lässt sich dieser Doppelcharakter der Kommunikate jedoch besonders deutlich machen.

Angeschlossen an den Kanon der Funktionen von Medienkritik wurden zwei weitere Wirkungsbereiche von Medienkritik theoretisch aufgearbeitet: Auf Kommunikatebene kann Medienkritik spezifisch unterhaltende Funktionen erfüllen. Im Kontext zur allgemeinen Unterhaltungstendenz moderner Medien dient Crititainment, also das Treffen nicht intersubjektiv nachvollziehbarer Geschmacksurteile, der Entsachlichung von Kritik. Dieses Konstrukt floss – bezogen auf die Unterhaltungselemente von Medienkritik via Watchblogs - in die Empirie ein. Das Konzept der kulturellen Distinktion, wonach Medienkritik letzten Endes auch der Distanzschaffung zwischen kritisierendem und kritisiertem Organ schaffen kann, sei hier nur am Rande erwähnt – inwieweit die kommunikative Realität dieser Vorstellung entspricht, ist nur durch empirischen Einbezug der KommunikatorInnen zu erforschen.

Einen weiteren zentralen Themenbereich der Arbeit stellen die Implikationen der Weblog-Kommunikation dar. Nach der Aufarbeitung grundsätzlicher Fragen, die der Netz-Begriff in der Kommunikationswissenschaft aufwirft, steht der Begriff der Watchblogs im Fokus. „*Postmodern journalism*“, vertreten durch ThemenanwälInnen und VernetzerInnen mit durchaus professionellem Anspruch – das sind die Labels, mit denen Watchblog-Kommunikation im deutschsprachigen Raum mittels der Aufarbeitung des Forschungsstandes versehen wurde.

Wie verhält sich dieses Kommunikationsgenre zu klassischem Journalismus? Der Forschungsstand changiert zwischen „Quasi-Journalismus“ und euphorischem Feiern eines Neubeginns. Herausgearbeitet wurde, dass trotz diametral unterschiedlicher Arbeitsweise und dem Gros privater Blogs ohne journalistischen Anspruch eine Elite existiert, die die

Medienberichterstattung bereichern kann. Wie und ob sich die unter Kapitel 4.4.2 charakterisierten Problemfelder der Medienkritik in der Weblog-Kommunikation fortsetzen, wurde aufgearbeitet (Kapitel 5.2.1).

Der Fokus der Magisterarbeit liegt auf der monothematischen Medienkritik an Leitmedien. Dementsprechend wurde eingegrenzt, was unter Monothematik zu verstehen ist und wie der Begriff der Leitmedien in die Arbeit einfließt.

Der dritte und zentrale Schwerpunkt der Arbeit liegt auf dem Begriff der Qualität in Journalismustheorie und Praxis (Kapitel 6). Analog zum Verständnis der Medienkritik als fallbezogene Anwendung von Qualitätsstandards, welches der Untersuchung zu Grunde liegt, wurde zunächst konstatiert, auf welche journalistischen Handlungsebenen Qualitätsurteile bezogen werden können. Weiterführend wird, dem infrastrukturellen Ansatz zufolge, theoretisch belegt, wie Medienkritik im Journalismus qualitätsfördernd wirken kann. Im Zuge dessen wird aber ebenso deutlich, dass Medienkritik nicht als einzeln agierende Institution gesehen werden kann, wenn es um journalistische Qualität geht. MedienpraktikerInnen, JournalistInnenpreise und politische Einflüsse sind ebenfalls relevante AkteurInnen in diesem Diskurs.

Diese Vielzahl von Einflussgruppen repräsentiert die Bandbreite von theoretischen und praktischen Auffassungen journalistischer Qualität, welche die Kommunikationswissenschaft außerstande setzt, einen allgemeingültigen Kriterienkatalog mit Qualitätszielen zu formulieren. Um diese Ist-Lage des Forschungsstandes nachzuvollziehen, wurde ein kurzer Einblick in den Verlauf des Fachdiskurses zum Thema Qualität gegeben. Die Quintessenz: Einen allgemeingültigen Maßstab für Qualität gibt es nicht (vgl. Ruß-Mohl 1994: 94) – und kann es nicht geben. Qualitativ hochwertig ist das, was für einzelne Zielgruppen, für einzelne Genres gut ist. Nichtsdestotrotz gibt der gesetzliche Rahmen Grundanforderungen vor, welche im Forschungsstand als Qualitätsziele wegen ihrer vermeintlichen Selbstverständlichkeit zum Teil negiert werden.

Als tragfähiges Qualitätskonzept für diese Magisterarbeit erwies sich das Modell des „magischen Vielecks“. Auf diesem Grundgerüst wurden jene Qualitätskriterien seitens der Praxis und der Wissenschaft subsumiert, welche Relevanz für den Untersuchungsgegenstand besitzen. Diese Relevanz besteht zum einen in der

Untersuchbarkeit ihre Anwendung mittels des Forschungsdesigns und zum anderen in der Beurteilbarkeit seitens der Watchblogs.

Zur Beantwortung der beiden Dimensionen des Erkenntnisinteresses der Arbeit – **welche** Qualitätsdimensionen werden durch monothematische Medienkritik via Watchblogs **wie** kritisiert - wurde ein inhaltsanalytisches Forschungsdesign erstellt, das beiden Aspekten der Fragestellung gerecht werden sollte (Kapitel 9.1). Was im obigen Auswertungskapitel als „Konturen“ der qualitätsbezogenen Medienkritik durch Watchblogs bezeichnet wurde, nämlich die Frage, welche Zieldimensionen journalistischer Qualität bei der Medienberichterstattung über Leitmedien thematisiert werden, wurde mittels einer quantifizierenden Inhaltsanalyse nach Früh untersucht. Die „Farben“ der Medienkritik durch Watchblogs, hier insbesondere die Frage, welche Unterhaltungselemente zum Tragen kommen, ergeben sich aus der qualifizierenden Inhaltsanalyse, die auf das Charakterisieren typischer Merkmale abzielte.

Auf der Grundlage des jeweiligen Mediums, das die Fallbeispiele kritisch begleiten, wurde der mit einem Boulevardmedium befasste „Bildblog“ mit den beiden anderen Blog-Angeboten, die auf so genannte Qualitätsmedien abzielen, verglichen. Welche Qualitätsziele bestimmen also die medienberichterstatteische Agenda der Watchblogs „Bildblog“, „Spiegelkritik“ und „Meckern“?

Ein Ergebnis wurde besonders deutlich: Kritik bezogen auf mangelnde Objektivität steht sowohl bei „Bildblog“ als auch bei „Spiegelkritik“ und „Meckern“ im Zentrum. Dieses Qualitätsziel, bei dem in der Kommunikationswissenschaft keine Einigkeit darüber herrscht, ob es überhaupt zu erreichen ist, bestimmt die Qualitätsurteile beider Watchblog-Typen über die Arbeit der Leitmedien. Auf dem Rang dahinter findet sich das Qualitätsziel der Transparenz und der Reflexivität – wenn man von dem Potential der Medienkritik als „fünfte Gewalt“ ausgeht, das ureigene Betätigungsfeld der Watchblogs. Bei der Auswertung wurde allerdings deutlich, dass sich die Watchblogs von „Qualitätsmedien“ in Bezug auf Transparenz massiv mit Fragen des netzbasierten Journalismus und seinen Anforderungen beschäftigen, was im „Bildblog“ nicht gesondert aufgegriffen wurde. M.E. verwunderlich ist es, dass das Qualitätsziel der Aktualität nur selten thematisiert wurde, liegt doch der augenscheinlichste Vorteil der kleinteiligen Blog-Kommunikation gegenüber etablierten Medien, vor allem natürlich im Print-Bereich in der Schnelligkeit.

Zusammengefasst zeigt die Fallstudie, dass Watchblogs an erster Stelle mangelnde Objektivität bei Leitmedien beklagen. Faktenfehler, Verstrickungen von redaktionellen Inhalten und Werbung, unausgewogene Berichterstattung – hier setzt monothematische Medienkritik durch Watchblogs vornehmlich an. In Fragen der Transparenz und der Reflexivität fordern die untersuchten Online-Angebote dasselbe wie die Wissenschaft. Mehr Licht in die Grauzone der journalistischen Praxis: Das ist ebenfalls zentraler Punkt der Watchblog-Urteile.

Und wer ist laut den Fallbeispielen „verantwortlich“ für die diagnostizierte Qualitätsmisere? Beide Typen schreiben in großer Mehrzahl den journalistischen Rollenbildern die Verantwortung zu. Gezielte Kritik an einzelnen JournalistInnen unter Namensnennung, wie es bei US-Watchblogs Usus ist (vgl. Fengler 2008: 166), geschieht weit weniger häufig. Dieser Bezug von Verantwortlichkeit für Fehler auf ein ganzes Medium könnte damit begründet werden, dass vor allem der „Bildblog“ weltanschauliche und letztlich auch politische Aspekte unbewusst oder bewusst in der Berichterstattung einfließen lässt. Nicht umsonst bezieht sich der Watchblog immer wieder auf Günther Wallraff. Die teils kategorische Ablehnung des Mediums „Bild“, seiner Ableger und wie einst des ganzen Springer-Verlages kann letztendlich dazu führen, dass ein ganzes Medienunternehmen in Sippenhaft genommen wird, wenn es um Qualitätsurteile geht, statt diese an einzelnen journalistischen AkteurInnen festzumachen. Diese Argumentation wird auch mit dem Faktum gestützt, dass zwar auch „Spiegelkritik“ und „Meckern“ ihre Qualitätsurteile mehrheitlich journalistischen Rollenbildern zuschreiben, konkrete Verortungen an AkteurInnen hier jedoch häufiger sind.

Transportiert werden die Qualitätsurteile monothematischer Watchblogs mit jeder Menge Unterhaltung – die Empirie zeigt, dass Crititainment, Ironie und auflockernde Stilmittel bei den Fallbeispielen eine große Rolle spielen. Das ist Chance und Risiko zugleich. Einerseits liegt hier das Potential medienkritischer Blogs, hohe LeserInnenzahlen zu generieren und damit auch die eigene Relevanz im Medienbetrieb zu steigern. Andererseits ist eben diese Relevanz noch Streitpunkt aktueller Debatten, wie in der theoretischen Auseinandersetzung aufgezeigt wurde. Blogs werden seitens der Wissenschaft und der Praxis in den etablierten Medien oft nicht als ernst zu nehmender Journalismus diagnostiziert – wenn auch in steigendem Maße genutzt. Driften die Watchblogs zu sehr in den Unterhaltungsbereich ab, erschöpft sich ihr Potential im undifferenzierten Meckern.

Welche Schubkraft monothematische Medienkritik an Leitmedien durch Watchblogs letztendlich für die Qualitätssicherung im Journalismus besitzt, kann nur geklärt werden, wenn Publikum, VerfasserInnen und die kritisierten Medien empirisch mit einbezogen werden. Gegenstand künftiger Studien zur Medienkritik durch Watchblogs muss also sein, die Nutzungsmotive genauer zu untersuchen. KommunikatorInnenstudien könnten Auskunft über das Selbstkonzept von Watchblog-BetreiberInnen Auskunft geben, was die Einordnung dieses aktuellen Kommunikationsphänomens erleichtern würde. Hochinteressant ist auch, wie die RepräsentantInnen der kritisierten Medien auf die Aufmerksamkeit, die ihnen durch Watchblogs zuteil wird, reagieren. Ein Blick ins „FAQ“ der „Spiegelkritik“ gibt hierauf eine vorläufige Antwort: „Was sagt der Spiegel dazu? Meist wenig. Redakteure bei Print und Online antworten selten auf unsere Anfragen, und wenn, dann fühlen sie sich offenkundig angegriffen. Dabei machen wir nichts anderes, als der Spiegel und alle anderen Kollegen: Wir fragen.“ (N.N./o.J.: FAQ und Impressum; <http://spiegelkritik.de/warum/>; abgerufen am 25.09.2008)

Abschließend bleibt noch spekulativ zu fragen, welcher Platz der Medienkritik durch Watchblogs im Spektrum des medialen Lebens zukommt. Betrachtet man die vielfältigen Instrumente zur journalistischen Qualitätssicherung als Netzwerk, als Infrastruktur, so sind die Instanzen und AkteurInnengruppen, welche Medienkritik betreiben, einzeln betrachtet nicht von großer Wirkung. Ihre Rolle eröffnet sich in ihrer infrastrukturellen Zusammenarbeit, die Vielfalt von Perspektiven auf den medialen Alltag ist entscheidend (siehe Kapitel 6.2.3).

Legt man dieses integrative Verständnis von Medienkritik und ihren Auswirkungen auf Qualität im Journalismus auf die hier untersuchten Fallbeispiele um, wird klar, dass der „Bildblog“ mit seiner unterhaltungsbezogenen, ideologisierenden Kritik auch LaiInnen an die Belange eines funktionsfähigen Journalismus heranführen kann. „Spiegelkritik“ und „Meckern“ sind in ihren Urteilen etwas spezifischer und wenig augenfällig – sie dienen wohl mehr der Fachkommunikation einiger weniger. Benötigt werden letztendlich beide Typen – nur Journalismus, der sich selbst beobachtet und hochwertige Arbeit leistet, kann in einer komplexen Welt Bindemittel und Diskursraum gleichzeitig sein.

13 Literaturverzeichnis

Alsdorf, Jörg (2007): Medienethik und Medienkritik. Wege zu einer politischen Philosophie der Medien; Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller

Altmeppen, Klaus-Dieter; Bucher, Hans-Jürgen; Löffelholz, Martin (Hrsg.)(2000): Online-Journalismus. Perspektiven für Wissenschaft und Praxis; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Armborst, Matthias (2006): Kopffäger im Internet oder publizistische Avantgarde? Was Journalisten über Weblogs und ihre Macher wissen sollten; Recherche-Journalismus und kritische Medienpolitik Bd. 4; Berlin: Lit Verlag

Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.)(2004): Gute Seiten – schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation; Internet Research Bd. 15; München: Verlag Reinhard Fischer

Bentele, Günter; Hesse, Kurt R. (Hrsg.)(1994): Publizistik in der Gesellschaft. Festschrift für Manfred Rühl; Konstanz: UVK Verlag

Beuthner, Michael (2005a): Der Überjournalist. Versuch einer Konturierung medienjournalistischer Kompetenzbereiche und Berichterstattungsfehler; In: Beuthner, Michael (Hrsg.): Die Selbstbeobachtungsfälle. Grenzen und Grenzgänge des Medienjournalismus; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (75-91)

Beuthner, Michael; Weichert, Stephan (2005a): Und wer beobachtet die Medien? Über die Kritikfunktion und die blinden Flecken des Medienjournalismus; In: Hallenberger, Gerd; Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik? edition medienpraxis Bd.2; Köln: Herbert von Halem Verlag; (41-59)

Beuthner, Michael; Weichert, Stephan (2005b): Internal Affairs – oder: Die Kunst und die Fallen der medialer Selbstbeobachtung; In: Beuthner, Michael (Hrsg.): Die Selbstbeobachtungsfälle. Grenzen und Grenzgänge des Medienjournalismus; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (13-41)

Beuthner, Michael (Hrsg.)(2005): Die Selbstbeobachtungsfälle. Grenzen und Grenzgänge des Medienjournalismus; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Bleicher, Joan Kristin (1997): Medien kritisieren Medien. Formen und Inhalte intermedialer und medieninterner Medienkritik; In: Weßler, Hartmut; Matzen, Christiane; Jarren, Otfried; Hasebrinck; Uwe (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (77-88)

Bolesch, Claudia (1997): Gegen den publizistischen Treibhauseffekt. Was Medienjournalisten leisten sollen; In: Weßler, Hartmut; Matzen, Christiane; Jarren, Otfried; Hasebrinck; Uwe (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (135-140)

Bruns, Axel; Jacobs, Joanne (2006): Uses of Blogs; New York: Peter Lang Verlag

- Bucher, Hans-Jürgen (2004): Journalismus als kommunikatives Handeln. Grundlagen einer handlungstheoretischen Journalismustheorie; In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (263-286)
- Bucher, Hans-Jürgen (2003): Journalistische Qualität und Theorien des Journalismus; In: Bucher, Hans-Jürgen; Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxisfelder; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (11-34)
- Bucher, Hans-Jürgen; Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.)(2003): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxisfelder; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
- Bucher; Hans-Jürgen; Büffel, Steffen (2006): Weblogs – Journalismus in der Weltgesellschaft. Grundstrukturen einer netzwerkorientierten Form der Medienkommunikation; In: Picot, Arnold; Fischer, Tim (Hrsg.): Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld; Heidelberg: dpunkt Verlag (131-156)
- Bucher, Hans-Jürgen; Büffel, Steffen (o.J.): Vom Gatekeeper-Journalismus zum Netzwerkjournalismus. Weblogs als Beispiel journalistischen Wandels unter den Bedingungen globaler Medienkommunikation; o.O.
- Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft; 4. Auflage; Wien: Böhlau Verlag
- Desgranges, Ilka; Wassink, Ella (2005): Der Deutsche Presserat; In: Baum, Achim; Langenbucher, Wolfgang R.; Pöttker, Horst; Schicha, Christian (Hrsg.): Handbuch Medienselbstkontrolle; Im Auftrag des Vereins zur Förderung der publizistischen Selbstkontrolle e.V. (FPS); Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (79-111)
- Duckowitsch, Wolfgang et al.(Hrsg.)(1999): Journalismus als Kultur. Analysen und Essays; Opladen: Westdeutscher Verlag
- Engels, Kerstin (2005a): Zwischen Ökonomisierung und Kollegenorientierung: Zur organisatorischen und beruflichen Institutionalisierung des Medienjournalismus; In: Beuthner, Michael (Hrsg.): Die Selbstbeobachtungsfalle. Grenzen und Grenzgänge des Medienjournalismus; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (99-117)
- Engels, Kerstin (2005b): Aspekte der Medienkritik aus Akteursperspektive – theoretische Überlegungen, Forschungsstand und Methode; In: Weiß, Ralph (Hrsg.): Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten; Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen Bd. 48; Berlin: Vistas Verlag (397-430)
- Engels, Kerstin (2005c): Berufszusammenhang; In: Weiß, Ralph (Hrsg.): Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten; Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen Bd. 48; Berlin: Vistas Verlag; (477-495)
- Engels, Kerstin (2005d): Kritik der Praxis: Chancen und Zwänge der Medienkritik; In: Weiß, Ralph (Hrsg.): Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten; Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen Bd. 48; Berlin: Vistas Verlag (497-518)

Engels, Kerstin (2005e): Merkmale der Arbeitsorganisation; In: Weiß, Ralph (Hrsg.): Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten; Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen Bd. 48; Berlin: Vistas Verlag (433-476)

Engels, Kerstin; Hickethier, Knut; Weiß, Ralph (2005): Diskurse über das Fernsehen – Raum für Kritik? In: Weiß, Ralph (Hrsg.): Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen Bd. 48; Berlin: Vistas Verlag (525-547)

Engesser, Sven (2008): Professionell-partizipative Nachrichtensites; In: Quandt, Thorsten; Schweiger, Wolfgang (Hrsg.): Journalismus Online – Partizipation oder Profession? Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (111-129)

Esser, Frank (2000): Journalismus vergleichen. Journalismustheorie und komparative Forschung; In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (123-146)

Esser, Hartmut (2000): Soziologie. Spezielle Grundlagen; Bd. 5: Institutionen; Frankfurt am Main: Campus Verlag

Fabris, Hans-Heinz (2001): Die Wiederentdeckung journalistischer Qualität; In: Fabris, Hans-Heinz; Rest, Franz (Hrsg.): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus; Beiträge zur Medien- und Kommunikationsgesellschaft Bd. 8; Innsbruck: StudienVerlag (13-30)

Fabris, Hans Heinz (2000): Vielfältige Qualität. Theoretische Ansätze und Perspektiven der Diskussion um Qualität im Journalismus; In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (363-374)

Fabris, Hans Heinz; Renger, Rudi (2003): Vom Ethik- zum Qualitätsdiskurs; In: Bucher, Hans-Jürgen; Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxisfelder; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (79-90)

Fabris, Hans-Heinz; Rest, Franz (Hrsg.) (2001): Qualität als Gewinn. Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus; Beiträge zur Medien- und Kommunikationsgesellschaft Bd. 8; Innsbruck: StudienVerlag

Fasel, Christoph (Hrsg.) (2005): Qualität und Erfolg im Journalismus; Konstanz: UVK Verlag

Fengler, Susanne (2008): Media WWWatchdogs? Die Rolle von Blogs für die Medienkritik in den USA; In: Quandt, Thorsten; Schweiger, Wolfgang (Hrsg.): Journalismus Online – Partizipation oder Profession? Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (157-173)

Fengler, Susanne (2002): Medienjournalismus in den USA; Wissenschaftsforum Bd. 9; Konstanz: UVK Verlag

Fünfgeld, Herrmann; Mast, Claudia (Hrsg.) (1997): Massenkommunikation. Ergebnisse und Perspektiven; Opladen: Westdeutscher Verlag

Früh, Werner (2007): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis; 6. Auflage; Konstanz: UVK Verlag

- Haas, Hannes; Lojka, Klaus (1999): Qualität auf dem Prüfstand. Bedingungen einer kommunikativen Leistungsdiagnostik für Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit; In: Duchkowitsch, Wolfgang et al.(Hrsg.): Journalismus als Kultur. Analysen und Essays; Opladen: Westdeutscher Verlag (115-132)
- Hallenberger, Gerd; Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.)(2005): Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik? edition medienpraxis Bd.2; Köln: Herbert von Halem Verlag
- Hallenberger, Gerd; Nieland, Jörg-Uwe (2005a): Medienkritik revisited; In: Hallenberger, Gerd; Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik? edition medienpraxis Bd.2; Köln: Herbert von Halem Verlag (7-21)
- Hallenberger, Gerd; Nieland, Jörg-Uwe (2005b): Ausblick: Medienkritik zwischen Verbraucherschutz und Crititainment; In: Hallenberger, Gerd; Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik? edition medienpraxis Bd.2; Köln: Herbert von Halem Verlag (388-405)
- Heinrich, Jürgen (1996): Qualitätswettbewerb und/oder Kostenwettbewerb im Mediensektor?; Rundfunk und Fernsehen; Jg. 1996; Nr. 44 (165-184)
- Held, Barbara; Ruß-Mohl, Stephan (2005): Qualitätsmanagement als Mittel der Erfolgssicherung. Erfahrungen – Probleme – Perspektiven; In: Fasel, Christoph (Hrsg.): Qualität und Erfolg im Journalismus; Konstanz: UVK Verlag (49-64)
- Hickethier, Knut (1997): Medienkritik - Öffentlicher Diskurs und kulturelle Selbstverständigung; In: Weßler, Hartmut; Matzen, Christiane; Jarren, Otfried; Hasebrinck, Uwe (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (59-68)
- Henning, Jeffrey (o.J.): The Blogging Iceberg – Of 4.12 Million Hosted Weblogs, Most Little Seen, Quickly Abandoned; <http://www.perseus.com/blogsurvey/thebloggingiceberg.html>
- Hohlfeld, Ralf; Neuberger, Christoph (2002): Innovationen im Journalismus; Journalismus: Theorie und Praxis Bd. 2; Münster: Lit Verlag
- Hutter, Andres (2007): Verbesserte Medienkritik oder Pseudo-Journalismus? Eine inhaltsanalytische Studie journalistischer Qualität in medienkritischen Weblogs; Lizenziatsarbeit Universität Zürich
- Jüngling, Thomas; Schultz, Hartmut (Hrsg.)(2000): Medienjournalismus und Medien-PR. Systematische Grundlagen und Beiträge aus der Praxis; Serie Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations und Kommunikationsmanagement Bd. 9; Berlin: Vistas Verlag
- Karmasin, Matthias (2006): Medienkritik als Selbst- oder Fremdkritik. Anmerkungen zur ethischen Sensibilität der Journalisten am Beispiel Österreich; In: Niesyto, Horst; Rath, Matthias; Sowa, Hubert (Hrsg.): Medienkritik heute. Grundlagen, Beispiele und Praxisfelder; München: kopaed Verlag (129-144)

- Karmasin, Matthias (2005): Journalismus: Beruf ohne Moral? Von der Berufung zur Profession; Wien: WUV Verlag
- Kepplinger, Hans Mathias (1993): Kritik am Beruf. Zur Rolle der Kollegenkritik im Journalismus; In: Mahle, Walter A. (Hrsg.): Journalismus in Deutschland (o.S.)
- Krüger, Udo Michael; Müller-Sachse, Karl H. (1998): Medienjournalismus. Strukturen, Themen, Spannungsfelder; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
- Kubicek, Herbert; Schmidt, Ulrich; Wagner, Heiderose (1997): Bürgerinformation durch neue Medien? Analyse und Fallstudien zur Etablierung computergestützter Informationssysteme im Alltag; Opladen: Westdeutscher Verlag
- Kübler, Hans Dieter (2006). Zurück zum kritischen Rezipienten? Aufgaben und Grenzen pädagogischer Medienkritik; in: Niesyto, Horst; Rath, Matthias; Sowa, Hubert (Hrsg.): Medienkritik heute. Grundlagen, Beispiele und Praxisfelder; München: kopaed Verlag (17-52)
- Leder, Dietrich (2005): Medienkritik heute. Ein Pflichtenkatalog in fünfundzwanzig Punkten; In: Hallenberger, Gerd; Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik? edition medienpraxis Bd.2; Köln: Herbert von Halem Verlag (367-377)
- Löffelholz, Martin (2004): Theorien der Journalismus. Eine historische, metatheoretische und synoptische Einführung; In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (17-63)
- Löffelholz, Martin (Hrsg.)(2004): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Löffelholz, Martin (Hrsg.)(2000): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
- Lungmus, Monika (2005): Zu viel Durchblick stört: Das Dilemma des Medienressorts; In: Beuthner, Michael (Hrsg.): Die Selbstbeobachtungsfalle. Grenzen und Grenzgänge des Medienjournalismus; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (63-74)
- Malik, Maja (2004): Journalismusjournalismus. Funktion, Strukturen und Strategien der journalistischen Selbstthematisierung; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Mayer, Florian L.; Mehling, Gabriele; Raabe, Johannes; Schmidt, Jan; Wied, Kristina (2008): Leserschaft, Nutzung und Bewertung von BILDblog. Befunde der ersten Online-Befragung 2007; Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“ Nr. 08/01; Universität Bamberg; http://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/split_professuren/journalistik/Fonk/bildblog/StudieBILDblog-Nutzerbefragung2007UniBamberg.pdf; abgerufen am 22.07.2008
- Mayring, Philipp (2003): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken; 8. Auflage; Weinheim/Basel: Beltz Verlag

Neuberger, Christoph (2008a): Neue Medien als Herausforderung für die Journalismustheorie: Paradigmenwechsel in der Vermittlung öffentlicher Kommunikation; In: Winter, Carsten; Hepp, Andreas; Krotz, Friedrich (Hrsg.): Theorien der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (251-267)

Neuberger, Christoph (2008b): Internet und Journalismusforschung. Theoretische Neujustierung und Forschungsagenda. In: Quandt, Thorsten; Schweiger, Wolfgang (Hrsg.): Journalismus Online – Partizipation oder Profession? Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (17-43)

Neuberger, Christoph; Nuernbergk, Christian; Rischke, Melanie (2007): Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration?; In: Media Perspektiven 2/2007 (96-112)

Neuberger, Christoph (2004): Qualität im Onlinejournalismus; In: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.): Gute Seiten – schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation; Internet Research Bd. 15; München: Verlag Reinhard Fischer (32-58)

Neuberger, Christoph (2002): Alles Content, oder was? Vom Unsichtbarwerden des Journalismus im Internet; In: Hohlfeld, Ralf; Neuberger, Christoph: Innovationen im Journalismus; Journalismus: Theorie und Praxis Bd. 2; Münster: Lit Verlag (25-69)

Neuberger, Christoph (2000): Renaissance oder Niedergang des Journalismus? Ein Forschungsüberblick zum Online-Journalismus; In: Altmeppen, Klaus-Dieter; Bucher, Hans-Jürgen; Löffelholz, Martin (Hrsg.): Online-Journalismus. Perspektiven für Wissenschaft und Praxis; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (15-48)

Niesyto, Horst; Rath, Matthias; Sowa, Hubert (Hrsg.)(2006): Medienkritik heute. Grundlagen, Beispiele und Praxisfelder; München: kopaed Verlag

Picot, Arnold; Fischer, Tim (Hrsg.)(2006): Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld; Heidelberg: dpunkt Verlag

Prokop, Dieter (2005): Das unmögliche Kunststück der Kritik. Ein Beitrag der neuen kritischen Medienforschung; in: Hallenberger, Gerd; Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik? edition medienpraxis Bd.2; Köln: Herbert von Halem Verlag (98-117)

Quandt, Thorsten; Schweiger, Wolfgang (Hrsg.)(2008): Journalismus Online – Partizipation oder Profession? Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Quandt, Thorsten (2005): Journalisten im Netz. Eine Untersuchung journalistischen Handelns in Online-Redaktionen; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Quandt, Thorsten (2004): Qualität als Konstrukt. Entwicklung von Qualitätskriterien für den Online-Journalismus; In: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.): Gute Seiten – schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation. Internet Research Bd. 15; München: Verlag Reinhard Fischer (58-80)

Rager, Günter (1994): Dimensionen der Qualität. Weg aus den allseitig offenen Richter-Skalen? In: Bentele, Günter; Hesse, Kurt R. (Hrsg.): Publizistik in der Gesellschaft. Festschrift für Manfred Rühl; Konstanz: UVK Verlag (189-209)

Ramonet, Ignacio (1999): Die Kommunikationsfalle. Macht und Mythen der Medien; Zürich: Rotpunkt Verlag

Renner, Kai-Hinrich (2004): Light- als Leitmedium; in: Der Journalist 5/2004 (28-30)

Ruß-Mohl, Stephan (2000a): Berichterstattung in eigener Sache: Die Verantwortung von Journalismus und Medienunternehmen; In: Ruß-Mohl, Stephan; Fengler, Susanne (Hrsg.): Medien auf der Bühne von Medien; Berlin: dahlem university press (17-38)

Ruß-Mohl, Stephan (2000b): Medienjournalismus auf dem Weg zur „fünften Gewalt“. Die USA als Beispiel. In: Ruß-Mohl, Stephan; Fengler, Susanne (Hrsg.): Medien auf der Bühne von Medien; Berlin: dahlem university press (252-259)

Ruß-Mohl, Stephan; Fengler, Susanne (Hrsg.) (2000): Medien auf der Bühne von Medien; Berlin: dahlem university press

Ruß-Mohl, Stephan (1997): Arrivederci Luhmann? Vorwärts zu Schumpeter! In: Fünfgeld, Herrmann; Mast, Claudia (Hrsg.): Massenkommunikation. Ergebnisse und Perspektiven; Opladen: Westdeutscher Verlag (193-213)

Ruß-Mohl, Stephan (1996): Am eigenen Schopfe. Qualitätssicherung im Journalismus – Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche; In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Ethik der Massenmedien; Studienbücher zur Publizistik Bd. 10; Wien: Verlag Wilhelm Braumüller (100-114)

Ruß-Mohl, Stephan (1994): Der I-Faktor. Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus – Modell für Europa?; Zürich: Edition Interfrom

Saxer, Ulrich; Kull, Heinz (1981): Publizistische Qualität und journalistische Ausbildung; Diskussionspunkt 8; o.V. : Zürich

Schatz, Heribert; Schulz, Winfried (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem; In: Media Perspektiven 11/1992 (690-712)

Scheufele, Bertram (2001): Notwendigkeit, Nutzen und Aufwand von Mehrfach- und Sondercodierungen; in: Wirth, Werner; Lauf, Edmund (Hrsg.): Inhaltsanalyse. Perspektiven, Probleme, Potentiale; Köln: Herbert von Halem Verlag

Schmidt, Siegfried J. (2005): Zur Grundlegung einer Medienkritik; In: Hallenberger, Gerd; Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik?; edition medienpraxis Bd.2; Köln: Herbert von Halem Verlag (21-41)

Schönherr, Katja (2008): Medienwatchblogs als Form journalistischer Qualitätskontrolle; In: Zerfass, Ansgar; Welker, Martin; Schmidt, Jan (Hrsg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web Bd. 2; Köln: Herbert von Halem Verlag (o.S.)

Schwer, Katja (2006): „Problemzonen“ der Qualitätsforschung. Zur Messung journalistischer Objektivität; In: Weischenberg, Siegfried; Loosen, Wiebke; Beuthner, Michael (Hrsg.): Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung; Schriftenreihe der DGPK Bd. 33; Konstanz: UVK Verlag (347-367)

Singer, Jane B. (2006): Journalists and News Bloggers: Complements, Contradictions, and Challenges; In: Bruns, Axel; Jacobs, Joanne (Hrsg.): Uses of Blogs; New York: Peter Lang Verlag (23-32)

Vlasic, Andreas (2004): Über Geschmack lässt sich nicht streiten – über Qualität schon? Zum Problem der Definition von Maßstäben für publizistische Qualität; In: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.): Gute Seiten – schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation; Internet Research Bd. 15; München: Verlag Reinhard Fischer (15-32)

Wall, Melissa (2005): „Blogs of war“: Weblogs as news; In: Journalism; Jg. 2005; Nr. 6 (153-172); <http://jou.sagepub.com>; abgerufen am 23.7.2008

Wallisch, Gianluca (1995): Journalistische Qualität. Definitionen – Modelle – Kritik; Konstanz: UVK Medien

Wehmeier, Stephan; Bentele, Günter (2000): Medienjournalismus und Medien-PR: Theoretisch-systematische Grundlagen und Fallbeispiele; In: Jüngling, Thomas; Schultz, Hartmut (Hrsg.): Medienjournalismus und Medien-PR. Systematische Grundlagen und Beiträge aus der Praxis; Serie Öffentlichkeitsarbeit/ Public Relations und Kommunikationsmanagement Bd. 9; Berlin: Vistas Verlag (9-57)

Weischenberg, Siegfried; Loosen, Wiebke; Beuthner, Michael (Hrsg.)(2006): Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung; Schriftenreihe der DGPK Bd. 33; Konstanz: UVK Verlag

Weischenberg, Siegfried (2001): Das Ende einer Ära? Aktuelle Beobachtungen zum Studium des künftigen Journalismus. In: Kleinstüber, Hans J.(Hrsg.): Aktuelle Medientrends in den USA. Journalismus, politische Kommunikation und Medien im Zeitalter der Digitalisierung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (o.S.)

Weischenberg, Siegfried; Altmeyen, Klaus-Dieter; Löffelholz, Martin (1994): Die Zukunft des Journalismus; Opladen: Westdeutscher Verlag

Weiß, Ralph (2005): Wozu eine Kritik der Medienkritik? In: Weiß, Ralph (Hrsg.): Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen Bd. 48; Berlin: Vistas Verlag (17-23)

Weiß, Ralph (Hrsg.)(2005): Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen Bd. 48; Berlin: Vistas Verlag

Weßler, Hartmut (1997): Der „befremdete“ Blick auf das Selbstverständliche. Wann ist Medienkritik kritisch? In: Weßler, Hartmut; Matzen, Christiane; Jarren, Otfried; Hasebrinck; Uwe (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (15-28)

- Weßler, Hartmut; Matzen, Christiane; Jarren, Otfried; Hasebrinck; Uwe (Hrsg.)(1997):
Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher
Kommunikation in der Mediengesellschaft; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
- Wilke, Jürgen (Hrsg.)(1996): Ethik der Massenmedien; Studienbücher zur Publizistik Bd. 10;
Wien: Verlag Wilhelm Braumüller
- Winter, Carsten; Hepp, Andreas; Krotz, Friedrich (Hrsg.)(2008): Theorien der Medien- und
Kommunikationswissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und
Theorieentwicklungen; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Wirth, Werner; Lauf, Edmund (Hrsg.)(2001): Inhaltsanalyse. Perspektiven, Probleme, Potentiale;
Köln: Herbert von Halem Verlag
- Zerfass, Ansgar; Boelter, Dietrich (2005): Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als
Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien; Graz: Nausner und Nausner Verlag
- Zolles, Martin (2006): Weblogs und Neuer Medienjournalismus. Die Blogosphäre: Oszillationen
zwischen Publizität, Banalität, Journalismus und kompiliertem Weltwissen; DA Univ. Wien
- N.N. (2007): Weblogs; <http://www.k-fabrik.de/category/seo-sef-weblog>; abgerufen am 11.09.2008
- N.N. (2005): Die beruflichen Stationen des Spiegel-Chefredakteurs;
http://www3.ndr.de/ndrtv_pages_std/0,3147,OID1502484,00.html; abgerufen am 30.9.2008
- N.N./o.J.: Was ist ein Blog? http://www.blogger.com/tour_start.g; abgerufen am 5.10.2008
- N.N./o.J.: Wir über uns; <http://www.bildblog.de/faq.php>; abgerufen am 25.9.2008
- N.N./o.J.: FAQ & Impressum; <http://www.spiegelkritik.de/warum>; abgerufen am 25.9.2008
- N.N./o.J.: Über dieses Blog; <http://blog.zeit.de/meckern>; abgerufen am 5.10.2008

Codebogen

Medium/ Woche:

Dimension	Kategorie	Subkategorie-Indikator	Fund/Ankerbeispiele
Komplexitätsreduktion	Vereinfachung	Keine zulässige Vereinfachung	
	Verständlichkeit Sprache	Inh. sprachlich unverständlich	
	Verständlichkeit Kontext	Inhalt kontextuell unverständlich	
	Sonstiges	Sonst. Mängel bei Komplexitätsreduktion	
	Positives	Komplexitätsred. pos. thematisiert	
Objektivität	Rechtmäßigkeit	Inh. Mit Rechtsnormen inkompatibel	
	Vielfalt/Ausgewogenheit	Auf 1 Seite geschlagen	
		Keine Stellungnahme Gegenseite	
	Faktentreue	Falsche Tatsache getextet	
		Falsche Tatsache zitiert	
		Relevante Tatsache fallengelassen	
	Beachtung Nachrichtenwerte	Zeit	
		Nähe	
		Status	
		Dynamik	
	Trennung NR/M	Keine Trennung von nachrichtlichen und werblichen Inhalten	
	Trennung Red./Werb.	Anzeige nicht erkennbar	
		PR-Bericht nicht erkennbar.	
	Bereitst. Hintergr. Info	Bloßes Berufen auf andere Medien	
	Verzicht auf diffamierende Kritik/Diskriminierung	Medium übt diffamierende Kritik	
		Diskrim. wegen Nation	
		Diskrim. wegen Sozialstatus	
		Diskrim. wegen Religion	
	Schutz Intimsph./Privatleben	Publ. Intimsphäre verletzende Fotos	
		Publ. Details > Infointeresse	
	Vorurteilsfreie Verfahrensberichterst.	Voller Name ohne öffentliches Interesse publiziert	
		Keine unkenntlichen Opfer/Täter	

[illegible]

Abstract

Diese Masterarbeit befasst sich mit der Medienkritik durch Watchblogs als fallbezogene Anwendung von journalistischen Qualitätsstandards. Mittels einer Fallstudie der monothematischen Medienkritik der deutschen Watchblogs „Bildblog“, „Spiegelkritik“ und „Meckern“ wurde untersucht, welche Qualitätsziele und Kriterien im Zentrum der Arbeit der Fälle stehen. Zudem befindet die Verwendung unterhaltender Elemente im Fokus. Das Forschungsziel war die Definition von Gemeinsamkeiten und Unterschieden zwischen dem „Bildblog“, der ein Boulevardmedium kritisch begleitet, sowie „Spiegelkritik“ und „Meckern“, die sich mit der Fehlersuche bei Qualitätsmedien befassen.

Die Arbeit umfasst drei zentrale Themenbereiche: die Medienkritik als Form journalistischer Selbstbeobachtung, Implikationen und Besonderheiten der Kommunikation durch Weblogs und im speziellen der monothematischen Watchblogs sowie den Qualitätsbegriff im Journalismus. Die Fallstudie basiert auf der Theorie des Journalismus als kommunikatives Handeln, wonach Medienaussagen ein Bindeglied zwischen individuellem Handeln und institutionellen Rahmenbedingungen darstellen.

Das Forschungsdesign fußt auf der Inhaltsanalyse als nicht-invasive Methode zur Untersuchung von Kommunikaten. Mittels einer Frequenzanalyse wurden die Urteile der Watchblogs bezüglich der journalistischen Qualitätsziele und Verfehlungen nach prozentualen Häufigkeiten untersucht. Für die Exploration der Verwendung von Unterhaltungselementen in der Medienkritik monothematischer Watchblogs eignete sich die qualitative Methode der typisierenden Strukturierung. Die Untersuchung erbrachte folgende zentrale Ergebnisse: Beide Watchblog-Typen kritisieren vor allem mangelnde Objektivität bei den beobachteten Leitmedien. Transparenz und Reflexivität werden ebenfalls häufig aufgegriffen, hierauf legen „Spiegelkritik“ und „Meckern“ besonderen Wert.. Qualitätsmängel werden von allen drei untersuchten Fallbeispielen vor allem der journalistischen Berufsrolle zugeschrieben – individuelle AkteurInnen werden selten zur Zielscheibe der Kritik. Die untersuchten Watchblogs – egal, ob sie Boulevardmedien oder die Flaggschiffe der deutschen Qualitätspresse kritisieren – verwenden in hohem Maße unterhaltende Elemente. Diese lockern auf, überschreiten aber teils die Grenzen adäquater journalistischer Arbeit.

English Abstract

This thesis is about media criticism via watchblogs as a case-sensitive practice of journalistic quality standards. As a case study on mono-thematic media criticism, it examined which quality goals and criteria the cases focus on. Furthermore, it treats the use of entertainment. The scientific goal was to define the similarities and differences between the “Bildblog”, “Spiegelkritik” and “Meckern”. While “Bildblog” focuses on tabloid media, the others treat quality papers and websites.

The thesis treats three major scientific areas: media criticism as a means of self-control in journalism, implications of communication through weblogs and especially mono-thematic watchblogs and the perception of quality in journalism. Fundamentally, the case study is based on the theory of journalism as a communicative action. In this perception, media statements are compounds of individual action and institutional settings.

The research design is based on the content analysis as a means of non-invasive research on communication. Employing a frequency analysis, the judgements of the watchblogs were surveyed concerning the quality goals and lapses on a percentage basis. To explore the use of entertainment elements in mono-thematic media criticism by watchblogs, the method of typecasting structuration was most suitable.

The central results of the survey: Both types of watchblogs mainly criticized a lack of objectivity concerning the observed leading media. Transparency and reflexivity are also frequently adopted. Goals like reduction of complexity and actuality don't play a key role. A lack of quality is mainly attributed to journalistic profession roles – individuals are rarely the target of criticism. The surveyed watchblogs - no matter whether they deal with tabloids or quality media – use entertainment elements to a large extent. This makes them easy to read, but partly goes beyond certain limits of journalistic work.

Nachwort und Dank

*„Die Schwerkraft des Geistes lässt uns
nach oben fallen.“ (Simone Weil,
französische Philosophin, 1909-1943)*

Als Mediennutzerin einerseits und als jemand, der im Journalismus schon praktische Erfahrungen sammeln durfte andererseits sehe ich Qualität im Medienbetrieb als Zielvorstellung, die der Realität oft hinterherhinkt. Wünschenswert für alle im Journalismus wäre ein Blick über den eigenen Schreibtisch hinaus. Orientieren sollte man sich wohl weniger an der Arbeit der Anderen als am journalistischen Optimum – auch wenn dies ein sich wandelndes Gesicht hat.

Ich danke zuallererst meiner Familie, die mich während der gesamten Studienzeit vorbehaltlos unterstützte.

Natürlich auch vielen Dank meinem Partner und meinen Freunden, die mich auch in der letzten Studienphase unterstützt und begleitet haben.

Weiter sei all jenen Menschen am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Wien gedankt, die mit Weitblick und Engagement bei der Sache sind.

Stefanie Lindner

Wien, im Dezember 2008

Lebenslauf

Adresse

Stefanie Lindner
Lorenz-Bayer-Platz 9/8
1170 Wien
stefanie.lindner@arcor.de

Persönliche Daten

Geboren am 10.05.1983
in Vilshofen (D)
Familienstand: ledig

Studium

10/2003-2/2007 Bakkalaureat Publizistik- und
Kommunikationswissenschaften
Universität Wien
Ab 2/2007 Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaften
Universität Wien

Praxis

Ab 01/2006 freie Mitarbeit bei
www.allesfilm.com
08/2007-09/2007 redaktionelles Praktikum bei
der Am Sonntag (Passau, D)
Ab 09/2007 freie Mitarbeit bei der Am
Sonntag

Schulausbildung

1989-1993 Grundschule Ortenburg (D)
1993-2002 Neusprachliches Gymnasium
Vilshofen (D)
Abgeschlossen mit Allgemeinem Abitur

Sonstige Ausbildung

09/2002-08/2003 Freiwilliges Soziales Jahr in
der Privatklinik Dr. Hellge (Passau, D)

Sprachkenntnisse

Sehr gute Englischkenntnisse (Wort und
Schrift)
Gute Französischkenntnisse (Wort und Schrift)
Grundlegende Kenntnisse in Italienisch und
Spanisch (Wort und Schrift)