



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

Journalismus sicherstellen und finanzieren -
Eine institutionentheoretische Betrachtung

verfasst von / submitted by

Alexandra Nöbauer, Bakk.phil

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Arts (MA)

Wien, 2019 / Vienna 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt Studienblatt /
degree programme as it appears on the
student record sheet:

Masterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Mag. Dr. Christian Steininger, Privatdoz

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als die angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche gekennzeichnet.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, Oktober 2019

Alexandra Nöbauer, Bakk. phil.

Gender Erklärung

Um eine leichte Lesbarkeit des Textes zu gewährleisten, wurde darauf verzichtet, geschlechtsspezifische Formulierungen zu verwenden. Es soll jedoch ausdrücklich darauf hingewiesen werden, dass die bei Personen bzw. Personengruppen verwendete maskuline oder neutrale Form des Wortlauts für beide Geschlechter zu verstehen ist.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	1
1 Einleitung	3
1.1 Erkenntnisinteresse und Problemstellung	3
1.2 Kommunikationswissenschaftliche Relevanz	5
1.3 Aufbau der Arbeit.....	6
2 Zum Journalismusbegriff	7
2.1 Begriffsdefinition.....	7
2.2 Zentrale Funktion und Leistung von Journalismus.....	9
2.2.1 Makro-, Meso-, Mikroebene von Journalismus.....	10
2.3 Wandel im Journalismus.....	12
2.4 Die Abgrenzung zum Medienbegriff.....	14
2.5 Journalismus – die verunsicherte Profession?.....	16
2.5.1 Zwischenfazit	18
3 Zum Institutionenbegriff	19
3.1 Institutionalisiertes Denken in der Kommunikationswissenschaft.....	19
3.2 Definitionen von Institutionen.....	21
3.3 Ökonomische Institutionen.....	22
3.4 Theorie der institutionellen Tatsachen nach Searle.....	26
3.5 Abgrenzung zum Organisationsbegriff.....	28
3.5.1 Organisation in der (Institutionen) Ökonomik	29
3.5.2 Medien als Organisation.....	31
3.6 Entstehung und Wandel von Institutionen.....	33
3.6.1 Institutionen aus verfassungsökonomischer Sicht	33
3.6.2 Institutionen aus evolutionsökonomischer Sicht	37
3.6.3 Journalismuswandel (ökonomisch) institutionalistisch betrachtet	39
3.7 Institutionenwandel.....	42
3.8 Zwischenfazit.....	43
4 Journalismus und Medien als Institution	45
4.1 Medien als Institutionen nach Kiefer	45

4.2	<i>Medien als Institutionen nach Jarren</i>	49
4.3	<i>Journalismus als Institution nach Kiefer</i>	52
4.4	<i>Journalismus als Institution nach Neuberger</i>	55
4.5	<i>Zwischenfazit</i>	57
5	Medienökonomie	58
5.1	<i>Ökonomisierung des Mediensystems</i>	58
5.2	<i>Medien als ökonomische Güter</i>	60
5.3	<i>Finanzierungssysteme der Medien</i>	67
5.3.1	Refinanzierung über den Rezipientenmarkt	68
5.3.2	Refinanzierung über den Werbemarkt.....	69
5.3.3	Refinanzierung durch Gebühren	69
5.4	<i>Arten von Medienorganisationen unter Betracht von einem Zusammenspiel von Organisation und Institution</i>	71
5.4.1	Kommerzielle Medienunternehmen	72
5.4.2	Öffentlich-rechtliche Medienunternehmen.....	74
6	Finanzierung von Journalismus nach Kiefer	78
6.1	<i>Zwischenfazit</i>	91
7	Darstellung und Interpretation der Erkenntnisse anhand der Forschungsfragen	92
8	Fazit und Ausblick	99
	Abbildungsverzeichnis	104
	Literaturverzeichnis	105
	Abstract Deutsch	115
	Abstract Englisch	116

1 Einleitung

1.1 Erkenntnisinteresse und Problemstellung

Im Zuge dieser Masterarbeit für das Studienfach Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, sollen die wichtigsten wissenschaftlichen Ausarbeitungen über die Sicherstellung von Journalismus im Wandel der Gesellschaft diskutiert werden. Hierfür wird sich auf Kiefers Ausarbeitungen der institutionellen Ansätze von Journalismus und der Medien gestützt und diese mit weiteren Überlegungen, Ansichten sowie Kritiken von diversen Wissenschaftlern ergänzt. Ziel ist es aus den diversen Ansätzen Schlussfolgerungen hinsichtlich der künftigen Finanzierung von Journalismus abzuleiten. Der Forschungsschwerpunkt wird auf Journalismus, Medien und Institutionen gelegt, welche innerhalb einer demokratischen Gesellschaft gedacht werden sollen.

Die traditionellen Geschäftsmodelle etablierter Medien werden heutzutage von neuer Konkurrenz bedroht. Traditionelle Medienhäuser haben Schwierigkeiten auf technologische sowie soziale Veränderungen zu reagieren. Ebenso stellen die neuen Mediennutzungsformen eine weitere Herausforderung an die Medienhäuser des Landes dar, denn das Publikum investiert heutzutage weniger Zeit sowie Geld für Nachrichten als noch in der Vergangenheit. Die Menge an Nachrichten, die das Publikum wünscht und die Art und Weise, wie sie konsumiert wird, hat sich stark verändert. Es gibt einen klaren kollektiven Rückgang des Nachrichtenverbrauchs und einhergehend verändert sich die Rolle der Nachrichtenorganisationen in der Gesellschaft.

Die Folgen des bis heute nicht gelösten Konkurrenzkampfes des Internets mit den traditionellen Medien und des geringen Interesses der Nutzer an journalistischen Inhalten bringt die Medienhäuser in ein ökonomisches Dilemma: die alten Medienhäuser verdienen nicht mehr so viel wie früher und die redaktionellen Online Inhalte bringen bis auf vereinzelte Ausnahmen noch keinen respektablen Gewinn mit sich (vgl. Picard, 2006:11).

Das Herstellen von Öffentlichkeit war jahrzehntelang die Aufgabe des Journalisten. Wer Menschen etwas über die Massenmedien mitteilen wollte, war auf Journalisten angewiesen.

Doch mit der Verbreitung des Internets hat sich diese Ausgangssituation radikal verändert. Der Zugang zur Öffentlichkeit ist heute barrierefrei, was zur Folge hat, dass sich eine ganze Berufsgruppe neu orientieren muss (vgl. Weichler, 2012:13f.).

Seit Jahren befindet sich der Journalismus in einer Phase des Übergangs und hat mit ökonomischen sowie finanziellen Problemen zu kämpfen. Das „Jahrhundert des Journalismus“ endete mit dem Aufkommen von globalen Informations-Netzwerken, welche den Nachrichtenmedien ihr Vermittlungsmonopol wegnahmen. Seit es das Internet als Massenmedium gibt, ist de facto nichts mehr wie es einmal war. All voran das traditionelle Geschäftsmodell des Journalismus, welches durch die globale Billigkonkurrenz immer schwieriger zu erhalten ist. Der Weg des Journalismus scheint aufgrund der sich ständig wechselnden Rahmenbedingungen ungewiss (vgl. Weischenberg, 2010:35).

Daher braucht eine Demokratie eine Grundversorgung mit ausgewogener und unabhängiger Information. Das Modell in Österreich, welches Unabhängigkeit vom Staat garantieren soll sowie eine Monopolbildung in privater Hand verhindern soll, ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk. Eine solche Institution kann der Schlüssel sein, Demokratie zu erhalten und auszubauen, nur muss sie richtig adaptiert werden und sich an die neue Medienrevolution anpassen (vgl. Milborn, Breitenecker, 2018: 266f.).

Journalismus soll eine unabhängige Orientierungsleistung über das gesellschaftliche Geschehen ermöglichen, sowie das Funktionieren einer Demokratie unterstützen. Guter Journalismus muss bezahlt werden, denn journalistische Tätigkeiten bleiben unersetzbar und werden in der Vielfalt des Netzes vielleicht noch wichtiger als je zuvor.

Die folgende Arbeit wird als reine Literaturarbeit abgehandelt. Im Zuge dessen, sollen diverse Ansätze, Theorien und Kritiken zusammengetragen werden, um wissenschaftliche Vertiefungen und Diskussionen über den Journalismus, dessen Stellenwert in der Gesellschaft, und seiner künftigen Finanzierung in der Kommunikationswissenschaft darzulegen. Um dies bestmöglich zu erfüllen, werden fachinterne als auch fachfremde Theorien herangezogen, welche aber klar in einen kommunikationswissenschaftlichen Kontext eingebettet werden.

Im Zuge der vorliegenden Arbeit wird die folgende Forschungsleitende Frage diskutiert.

Forschungsleitende Fragestellung: Wie kann Journalismus fern von ökonomischen Zwängen in der Gesellschaft künftig sichergestellt werden?

FF: Welche Alternativen für eine Finanzierung von Journalismus gibt es neben den bereits bestehenden Finanzierungsformen privatwirtschaftlich und öffentlich-rechtlich?

FF: Welche Auswirkungen hat und kann der Wandel des journalistischen Selbstverständnisses auf die Stabilität von Journalismus haben?

FF: Welchen Beitrag leisten institutionalistische Ansätze heuristisch und prognostisch in der Kommunikationswissenschaft im Hinblick auf die Finanzierung von Journalismus?

1.2 Kommunikationswissenschaftliche Relevanz

Bislang wurde dem Journalismus als Institution in den Sozialwissenschaften wenig Bedeutung geschenkt und das trotz seiner Leistung für die demokratische Gesellschaft und deren Öffentlichkeit. Marie - Luise Kiefer beklagt ebenfalls den theoretischen Mangel an wissenschaftlichen Arbeiten mit institutionellen Ansätzen in der Kommunikationswissenschaft und sieht dies als Grund für ihre Schrift *Journalismus und Medien als Institutionen* (vgl. Kiefer, 2010:7). In dieser setzt sie sich mit dem Versuch Journalismus als Institution zu begreifen auseinander, welcher stark durch einen ökonomischen Zugang geprägt ist. Orientiert an der Mikro-, Meso- und Makroebene der ökonomischen Analyse, schafft Kiefer mit ihrer Darlegung der Institutionenökonomie in der PKW einen Grundstein für wissenschaftliche Theorien auf der Mesoebene, denn laut Kiefer stellen Institutionen „ja einen wichtigen Teil der Restriktionen im ökonomischen Verhaltensmodell dar, mit denen sich die rational handelnden Individuen konfrontiert sehen“ (Kiefer / Steininger, 2014:406). Bislang findet sich das kommunikationswissenschaftliche theoretische Interesse zumeist auf der Mikroebene (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:504f.). Quandt und Scheufele sprechen in diesem Zusammenhang auch von einer „Mikro-Makro-Lücke“ (vgl. Quandt / Scheufele, 2011:12f.). Daher ist die Notwendigkeit institutionalistischer Ansätze in der Kommunikationswissenschaft unumstritten.

1.3 Aufbau der Arbeit

Um das Untersuchungsfeld umfassend zu beschreiben wird einleitend versucht den Begriff Journalismus zu definieren. Folgend wird über die Funktion und Leistung von Journalismus in der Gesellschaft diskutiert sowie der Journalismus auf der Makro-, Meso-, und Mikroebene skizziert. Zudem wird der Wandel von Journalismus erläutert, eine Abgrenzung zum Medienbegriff dargestellt sowie eine Diskussion über den Journalismus als Profession geführt.

In *Kapitel 3* wird der Begriff der Institution aufgearbeitet. Definitionen, Ansätze und Theorien werden dargestellt und der Wandel von Institutionen wird veranschaulicht. Der Begriff der Organisation sowie Medien als Organisationen werden anschließend diskutiert.

Das *Kapitel 4* widmet sich der Betrachtung von Journalismus und Medien als Institutionen. Hier wird Marie Luise Kiefers Ansatz im Fokus stehen und folgend in *Kapitel 6* ihr Versuch eines Vorschlags zur künftigen Finanzierung von Journalismus diskutiert. Für die Diskussion ihres Vorschlags einer Finanzierung werden in *Kapitel 5* vorab ebenfalls die derzeitigen Finanzierungssysteme veranschaulicht und Einblicke in die Medienökonomie gegeben. Ebenso wird das Zusammenspiel von Institutionen und Organisationen im Hinblick auf die Arten der Medienorganisationen erläutert.

Abschließend werden in *Kapitel 7* die Erkenntnisse der Arbeit erläutert und Forschungsfragen im Zuge dessen beantwortet.

2 Zum Journalismusbegriff

Mit dem Journalismus als ein zentrales Thema dieser Arbeit, soll in dem folgenden Kapitel Klarheit über die Begrifflichkeit, das Verständnis von Journalismus sowie die Einordnung davon in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft geschaffen werden. Neben den verschiedenen Betrachtungen von Journalismus und seinen diversen definitorischen Bestimmungen wird auch die Abgrenzung zum Medienbegriff verdeutlicht. Passend zur gegenwärtigen Debatte sowie dem Schwerpunkt dieser Arbeit werden weiteres die Funktionen und Leistungen von Journalismus erörtert sowie der journalistische Wandel besprochen. Abschließend wird über den Journalismus als Profession diskutiert.

2.1 Begriffsdefinition

In der Wissenschaft wird oft davon ausgegangen, dass Klarheit über den Begriff Journalismus herrscht. Er bringt jedoch einige definitorische Probleme mit sich. Laut Wyss und Keel resultiert diese Problematik aus der „außerordentlichen Vielfalt des Handlungsfeldes“ (Wyss/Keel, 2010: 348). In der Journalismusforschung finden sich viele unterschiedliche Zugänge und Versuche an die Komplexität des Gegenstandes heranzugehen und das Forschungsfeld zu strukturieren.

Löffelholz (2002) illustriert die journalismustheoretischen Tendenzen im deutschsprachigen Raum als Spannungsfeld zwischen Journalistik und Kommunikationswissenschaft. Folgend unterscheidet er in drei Richtungen: „Journalistik ohne Kommunikationswissenschaft“, „Journalistik mit Kommunikationswissenschaft“ sowie „Journalistik in der Kommunikationswissenschaft“. Daraus ergeben sich acht Einzelkonzepte der Journalismusforschung: (1) Normativer Individualismus, (2) Materialistische Medientheorie, (3) Analytischer Empirismus, (4) Legitimistischer Empirismus, (5) (Kritische) Handlungstheorie, (6) Funktionalistische Systemtheorie, (7) (Konstruktivistische) Integrationstheorie und (8) Cultural Studies (vgl. Burkart / Hömberg, 2012:128).

Löffelholz (2002:36) betont, dass diese Konzepte „keinen in Sich geschlossenen Ansatz“ bezeichnen und auch kein Konzept das andere verdrängt. Im Gegenteil: Sie bauen aufeinander auf, können nebeneinander existieren und können ineinander integriert werden.

Mehrere dieser Konzepte haben seither weitere Ausdifferenzierungen und teilweise auch Erweiterungen erfahren (vgl. Pürer, 2015:127).

Angesichts dieser komplexen Bestimmung der Definition von Journalismus werden folgend wichtige Auslegungen des Begriffs zur Orientierung skizziert.

Aus systemtheoretischer Sichtweise ist der Journalismus ein Funktionssystem für die Gesellschaft. Darunter wird eine Trennung des Journalisten als Einzelpersonen und des Journalismus als System verstanden, was vor allem die deutschsprachige Journalismusforschung stark geprägt hat (vgl. Wyss / Keel, 2010:345). Fasst man Journalismus als System auf und nicht als die Summe von Personen, so werden „Themen für Medienkommunikation zur Verfügung gestellt, die Neuigkeitswert und Faktizität besitzen und zwar insofern, als sie an sozial verbindliche Wirklichkeitsmodelle und ihre Referenzmechanismen gebunden sind“ (Weischenberg, 1995: 97 zit. n. Altmeyen / Löffelholz, 1998:414).

Im Gegensatz dazu verbindet Rühl kommunikationstheoretische, als auch systemrationale Theorien. Er definiert Journalismus daher über dessen zentrale Funktion für die Gesellschaft:

„Die besonderen Leistungen und die besonderen Wirkungen des Journalismus, durch die sich sein Handeln von anderen, an der Öffentlichkeit orientierten Sozialsystemen unterscheidet, besteht in der Ausrichtung auf die Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation.“ (Rühl, 1980:322)

Soll heißen, dass Journalismus die weltweiten Ereignisse reduziert sowie gliedert und sie dadurch für die Gesellschaft übersichtlich und begreiflich macht (vgl. Rühl, 1980:342).

Löffelholz und Altmeyen sehen Journalismus als ein Leistungssystem der Öffentlichkeit, welches „alle Systeme einer funktional differenzierten Gesellschaft auf der Basis von Realitätstest aktuell beobachtet und damit die Selbstbeobachtung ermöglicht“ (Löffelholz / Altmeyen, 1998: 666).

Aber nicht allein aus systemtheoretischer Sicht lässt sich Journalismus erklären. Die Handlungstheoretische Herangehensweise sieht im Journalismusbegriff das menschliche Handeln zur Erklärung von sozialen Prozessen und Sachverhalten im Vordergrund.

„Eine kommunikativ verstandene Handlungstheorie verhält sich zur Systemtheorie deshalb komplementär, weil Handlungen nicht auf Akteure reduziert werden, sondern als strukturelle und vernetzte Elemente verstanden werden“ (Bucher, 2016:217).

Nach Bucher umfasst Journalismus auf handlungstheoretischer Ebene nicht nur journalistische Einzelhandlungen, sondern die gesamte Struktur der Kommunikation (vgl. Bucher, 2016: 223f.).

Es wird darunter die „Gesamtheit der Tätigkeiten von Journalisten, also die Sammlung, Prüfung, Auswahl, Verarbeitung und Verbreitung von Nachrichten, Kommentaren sowie Unterhaltungstoffen durch Massenmedien“, verstanden (Bucher, 1998:729).

2.2 Zentrale Funktion und Leistung von Journalismus

In der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ist die Journalismusforschung ein zentrales Forschungsfeld. Im Hinblick auf die Gesellschaft wird analysiert was Journalismus, unter welchen Bedingungen für die Öffentlichkeit, leistet und welche Einflussfaktoren journalistisches Handeln beeinflussen. Es wird zudem untersucht wie Journalismus mit Feldern wie jene der Politik oder Wirtschaft kommuniziert (vgl. Wyss / Keel, 2010: 339). Nach Rühl versteht sich die Journalismusforschung vorwiegend als sozialwissenschaftliche Forschung, die sich empirisch mit den „Bedingungen organisatorischen Her- und Bereitstellung publizistischer Aussagen“ beschäftigt (Rühl, 1992: 129).

Die primäre Aufgabe ist laut Rühl die „Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation“ (Rühl, 1980:323). Journalismus hat eine Entlastungsfunktion für die Gesellschaft. Er selektiert Ereignisse und stellt dadurch Themen der Gesellschaft überschaubar zu Verfügung (vgl. ebd.: 342f.).

Journalismus wird in Bezug zur Gesellschaft, als das zentrale Leistungssystem von Öffentlichkeit begriffen. Rühl unterscheidet in diesem Leistungssystem eine Produktionsseite und eine Rezeptionsseite. Auf der Produktionsseite verfahren Experten organisationsförmig in

journalistischen Arbeitsrollen, auf der Seite der Rezipienten operieren journalistische Laien in nicht-organisationsförmigen Rollen der Rezipienten.

Beide Seiten erhalten über soziale Märkte Ressourcen sowohl für die Produktion also auch für die Rezeption und durch dieses Zusammenwirken entsteht Öffentlichkeit (Rühl, 2004: 129).

Wie das System strukturell stabilisiert und gesichert werden kann ist jedoch völlig offen.

„Normen des Rechts, der Ethik, des Vertrauens, der Organisation und des Marktes sowie deren Wirkung auf Journalismus werden nicht als strukturelle Stabilisatoren des Journalismussystem begriffen“ (ebd.:12).

Nach Haller soll Journalismus dazu da sein, dass:

- *„gesellschaftliche Selbstverständigung als infiniter Kommunikationsprozess in Gang kommt bzw. bleibt,*
- *sie diese gesellschaftliche Verständigung an Aussagen über die (intersubjektiv erfahrbare Ergebnisrealität orientiert – und nicht etwa an realitätsfremden (fiktionalen) Selbst- und Fremdbildern oder Ideologien,*
- *aktuelle Vorgänge in der Ereignisrealität in Bezug auf (möglichst allgemein akzeptierte) Vorstellungen über das politische, wirtschaftliche und soziale Zusammenleben geprüft und bewertet werden“ (Haller, 2004:136).*

2.2.1 Makro-, Meso-, Mikroebene von Journalismus

Wyss und Keel versuchen die gesellschaftliche Funktion von Journalismus und dessen Gliederung entlang der Makro-, Meso- und Mikroebene darzustellen.

Makroebene: Journalismus und Gesellschaft

Auf der Makroebene wird die Beziehung zwischen Journalismus und der Gesellschaft betrachtet. Wird Journalismus Systemtheoretisch erfasst, so fungiert er als ein Leistungssystem der Öffentlichkeit. Eine wichtige Rolle spielt hier auch das Publikum von Journalismus. Mit Einbezug der Publikumsrollen, welche „zugleich auch die Leistungs- und Publikumsrollen anderer Systeme“ sind (Wyss / Keel, 2010:350), erzeugt der Journalismus Aufmerksamkeit und verbreitet Information.

Der Journalismus ermöglicht seinem Publikum „sich über Themen zu orientieren, die gesellschaftliche Entscheidungsrelevanz erlangt haben oder erlangen können, und die sie zumindest teil- oder fallweise in ihr individuelles Entscheidungsverhalten einbeziehen müssen“ (Jarren, 2008: 331).

Journalismus erbringt seine Leistung immer unter den spezifischen Bedingungen der Gesellschaft, in der er gerade tätig ist. Das heißt, Journalismus stellt auch immer die aktuell herrschenden Machtstrukturen von Politik, Wirtschaft oder Kultur dar. Auch die Weiterentwicklung von Journalismus hängt immer von der Gesellschaft ab, in der er sich gerade befindet. Seine Funktion hängt somit maßgeblich von anderen gesellschaftlichen Systemen ab (vgl. Wyss / Keel: 352).

In marktwirtschaftlich organisierten Gesellschaften unterliegt der Journalismus ökonomischen Einflüssen, welche sich durch den verstärkten unternehmerischen Wettbewerb erkennbar machen. Hinzu kommt der durch die Digitalisierung getriebene Wandel, welcher zu neuen journalistischen Prozessen und Produkten führt (Wyss / Keel:353).

Mesoebene: Organisationale Strukturen

Der Journalismus steht in einem Wechselspiel mit den Medien, denn er braucht formale Organisationen, um seine Leistung zu erbringen. Organisationen werden hier aber nicht als Verlagshäuser verstanden, sondern vielmehr als Redaktionen. Medienorganisationen verfolgen neben ihren publizistischen Zielen, welche jedoch schwer messbar sind, auch ökonomische Ziele. Daher können sie nicht bloß einem System zugeordnet werden.

Das Problem mit den Medienorganisationen zu kämpfen haben, ist dass der Journalismus nicht immer oder nicht ausreichend profitabel ist. Daher versuchen sie den Journalismus für ihre eigenen Ziele zu beeinflussen und gefährden damit dessen Autonomie (vgl. Wyss / Keel: 355f.).

Blöbaum beobachtet hier einen Strukturwandel von Journalismus im Hinblick auf der Ebene der Organisation (Publizistische Ziele werden von ökonomischen Zielen verdrängt), auf der Ebene des journalistischen Programms (Verschmelzen von redaktionellen Inhalten und Werbung) sowie auf der Ebene von journalistischen Rollen (freiberufliches Arbeiten statt Festanstellung) (vgl. Blöbaum, 2004:212f.). Der Wandel auf den einzelnen Ebenen nach Blöbaum wird in Kapitel 2.3 näher erläutert.

In Zukunft wird es der traditionelle Journalismus aufgrund seines Strukturwandels noch schwieriger haben und es lässt die Frage offen ob der Wandel zu einem Identitätsverlust führen kann (vgl. Wyss/Keel, 2010: 357).

Mikroebene: Akteursbezogene Merkmale und Einstellungen

Auf der Mikroebene werden die Merkmale und Einstellungen der journalistischen Akteure betrachtet. Im Fokus stehen hier soziodemographische Daten sowie die journalistische Ausbildung, das Selbstverständnis von Journalisten oder ihre Professionalisierung (vgl. Wyss / Keel, 2010: 367).

2.3 Wandel im Journalismus

Derzeit befindet sich die Medienbranche in einem Umbruch. Daraus resultiert, dass Mediensysteme und vor allem Tageszeitungen in westlichen Demokratien von einer Krise erfasst werden. Durch zahlreiche Sparstunden werden Redaktionen zunehmend verkleinert und die Ressourcen für den Journalismus nehmen ab. Es wird oft von der sogenannten *Medienkrise* gesprochen und mit ihr kommt die Befürchtung, dass sie sich negativ auf die Demokratie auswirken kann.

Das Begriffspaar *Krise* und *Wandel* wird oft fälschlicherweise in einem Atemzug genannt. Jedoch kommen ihnen ganz unterschiedliche Bedeutungen zu welche folgend kurz verdeutlicht werden.

Ein sozialer Wandel bedeutet allgemein „eine Veränderung sozialer Strukturen der Gesellschaft, also eine Veränderung von Rollenverhalten, Organisationsmustern, sozialer Schichtungen, Ordnung des Zusammenlebens etc.“ (Puppis, Künzler, Jarren, 2012:12). Jedoch wird davon ausgegangen, dass ein Wandel nicht immer konfliktfrei abläuft, sondern er sich immer unter Begleitung von Krisen ereignet (vgl. Puppis, Künzler, Jarren, 2012:12).

Laut Norbert Schneider ist eine Krise „eine zeitlich eingegrenzte Situation“ (Puppis, Künzler, Jarren, 2012:12). Diese zeitliche Periode kann sowohl einen langen als auch einen kurzfristigen Transformationsprozess bezeichnen. Damit gerät der Begriff Krise gegenwärtig näher an den des Wandels (vgl. Puppis, Künzler, Jarren, 2012: 12).

Übertragen auf die Medien lässt sich eine Medienkrise wie folgt definieren:

„Eine Umbruchsphase, die durch die Erwartungsunsicherheit der Akteure im Medienbereich in Bezug auf bisher gültige Branchenregeln gekennzeichnet ist und aufgrund veränderter technischer, sozialer und oder politischer Strukturen entstanden ist“ (Puppis, Künzler, Jarren, 2012:13).

Der Medienwandel wird also von der Krise durch einen längerfristigen Prozess abgegrenzt, der zu Veränderungen der Medienstruktur führt (vgl. Puppis, Künzler, Jarren, 2012:13).

Wird der Strukturwandel von Journalismus systemtheoretisch betrachtet, so ist „die Strukturbildung des journalistischen Systems als Prozess ständiger Differenzierung in den Bereichen der Organisation, Programm und Rolle skizziert worden“ (Blöbaum 2004:212). Dadurch wird das System leistungsfähiger seine Aufgabe in der Gesellschaft zu erfüllen, welche im Falle von Journalismus die Vermittlung von Information ist. Ob eine Veränderung der Struktur einen Verlust der Identität zur Folge hat wurde bislang nicht diskutiert. Blöbaum schlägt hinsichtlich des Wandels von Journalismus eine Analyse von journalistischen Strukturen vor, basierend auf drei Strukturelementen: Organisationen, journalistische Programme und journalistische Rollen.

a) Wandel journalistischer Organisationen

Zumeist sind unter journalistischen Organisationen Redaktionen zu verstehen, welche den Rahmen für das journalistische Arbeiten bieten (vgl. Blöbaum, 2005:51). Die Entwicklung zeigt, dass neben den publizistischen Zielen, sich jedoch immer mehr Organisationsziele identifizieren lassen, welche nicht mehr als oberstes Ziel die Herstellung von Öffentlichkeit haben (vgl. Blöbaum, 2004:212). Es entstehen neue Ressorts und Redaktionen und mit ihnen neue Arbeitsprozesse. Diese können als Anpassungsprozesse aufgrund von Optimierungsprozessen verstanden werden (vgl. Blöbaum, 2005: 51). Daraus folgt, dass „Organisationen verlieren den traditionellen Bezug zum politischen Staatsbürger und sprechen den Rezipienten vorwiegend in der Rolle als Konsument an“ (Blöbaum, 2004:212).

b) Wandel journalistischer Programme

Es ist zu erkennen, dass die traditionellen informationsorientierten Programme mit unterhaltungsorientierten Formaten verschmelzen. Laut Blöbaum ist eine „Entgrenzung klassischer journalistischer Darstellungsformen“ zu erkennen (Blöbaum, 2004:213). Außerdem haben sich die Vorstellungen verändert was heutzutage ein journalistisches Ereignis ist (vgl. Blöbaum, 2004:213).

c) Wandel journalistischer Rollen

Auf der Ebene der journalistischen Rollen ist zu erkennen, dass es zu einer „Ent-Beruflichung“ kommt (Blöbaum 2004:213). Der Berufseinstieg wird erschwert und die Rolle des Redakteurs entwickelt sich zu der eines marketinggeschulten Managers (vgl. Blöbaum, 2004:213).

Dies soll zeigen, dass „die für ein eigenständiges soziales System charakteristische Selbststeuerung zunehmend ergänzt wird durch Fremdsteuerung“ (Blöbaum, 2004:213).

2.4 Die Abgrenzung zum Medienbegriff

In der PKW ist es unumstritten, dass die Begriffe Journalismus und Medien nicht gleichzusetzen sind. Dennoch wird oftmals kein Unterschied zwischen den Begrifflichkeiten gemacht (vgl. Kiefer, 2010:54). Hohlfeld (2002:101) sieht die Schwierigkeit darin, „Journalismus begrifflich sinnvoll und analytisch trennscharf von Massenmedien bzw. Massenkommunikation abzugrenzen“.

Daher soll folgend nicht die Vielzahl an Definitions- und Abgrenzungsversuchen zusammengetragen werden, sondern vielmehr eine medienökonomische Differenzierung der beiden Begriffe veranschaulicht werden (vgl. Kiefer, 2010:54). Denn vor allem für die später folgende Diskussion über die künftige Finanzierung von Journalismus ist die Trennung von Journalismus und Medien laut Kiefer unumgänglich.

Sie sieht die Differenzierung der Begriffe als die „Voraussetzung einer medienunabhängigen Journalismusfinanzierung“ (Kiefer, 2011:1). Folgend wird auf das Zusammenspiel als auch die Trennung der Begriffe eingegangen.

Die Abgrenzung der Begriffe betrachtet Kiefer aus medienökonomischer Perspektive. Sie nimmt Bezug auf Throsby, welcher drei Möglichkeiten skizziert, um den Output kultureller Produktion zu definieren: Inhalteproduktion, Kopienproduktion, Publikumsproduktion. Ökonomisch betrachtet produzieren Journalisten öffentliche Güter, also jene bei denen keine Konsumrivalität besteht (vgl. Steininger / Kiefer, 2014 :135). Die Aufgabe der Medien besteht nun darin, diese öffentlichen Güter durch technische Mittel reproduzierbar zu machen. Damit schaffen sie größere Verbreitungsmöglichkeiten. So ist beispielsweise eine Redaktion dafür zuständig, gewissenhaft Inhalte für die Gesellschaft zu produzieren und Medien sind für das Kopieren sowie den Vertrieb dieser Inhalte zuständig (vgl. Kiefer, 2010: 57).

Auch Altmeppen beklagt die oberflächliche Betrachtung der Begriffe und definiert eine Neuordnung der Auffassung von Journalismus und Medien: „Journalismus und Medien sind eigenständige und autonome Organisationssysteme. Sie lassen sich hinsichtlich ihrer Leistungen, ihrer Programme, ihrer Struktur und ihr Management unterscheiden“ (Altmeppen, 2006:17).

Der Journalismus ist folglich für die Produktion aktueller Information zuständig und die Medien übernehmen die Beschaffung, Produktion, Bündelung, Distribution und Finanzierung von Medienprodukten (vgl. Altmeppen, 2006:17).

Wenn man den Medienbegriff nach Saxer betrachtet, so kommt Journalismus nicht darin vor. So können Medien und Journalismus unabhängig voneinander existieren, jedoch wäre dies in einer Massendemokratie weder funktional noch effizient laut Kiefer (vgl. Kiefer, 2010: 57). Kiefer versucht durch institutionelle Theorien die Begriffe dennoch zu trennen. Ihr Versuch Journalismus und Medien als Institutionen zu betrachten folgt in *Kapitel 4*. Mit der Grundlage der Trennung von Journalismus und Medien als Institutionen, versucht sich Kiefer an einem Vorschlag einer künftigen Finanzierung von Journalismus, was in *Kapitel 5* diskutiert wird.

2.5 Journalismus – die verunsicherte Profession?

Eine Diskussion über die Krise im Journalismus auf allen Ebenen soll hier nicht erläutert werden. Jedoch ist es wichtig seine gegenwärtigen Probleme kurz zu beleuchten und einen möglichen Beitrag der Medienökonomie zur Lösungsfindung darzustellen.

Seit Jahren bewegt sich der Journalismus zwischen Anpassung und Aufklärung. Diese Erkenntnis ist gewiss keine Neue, aber dennoch bis heute noch nicht abschließend geklärt. Denn der Journalismus und auch die Massenmedien befinden sich in einem Dilemma zwischen dem verfassungsrechtlichen Auftrag auf der einen Seite und dem ökonomischen Druck auf der anderen. Fraglich ist die Auswirkung dieser Problematik auf die journalistische Qualität (vgl. Rau, 2007:207f.;23).

Neuburger sieht diese Verunsicherung in zwei Feldern: Unsicherheitsabsorption, Grenzverletzung und Normverstöße. Der Journalismus hat Routinen und Praktiken entwickelt, die Unsicherheiten reduzieren sollen, wobei Redaktionen diese als selbstverständlich angenommenen Regeln einfach übernehmen und sie sich somit angleichen (vgl. Neuburger, 2016:72).

Donsbach sieht die Unsicherheit im Journalismus bei der Nachrichtenauswahl. Seiner Meinung nach arbeiten Journalisten unter Zeit- und Wettbewerbsdruck und ihnen fehlt es an klaren Kriterien. Daher orientieren sie sich an den anderen Journalisten, welche ihnen Legitimität verschaffen können. Aus dem Grund entsteht eine Gleichheit unter den Medien (vgl. Neuburger, 2016:73).

Nach Sparrow hat der Journalismus mit drei Unsicherheiten zu kämpfen: mit seiner ökonomischen Verletzlichkeit, seinem professionellen Bemühen um die Glaubwürdigkeit seines Publikums sowie seinem unsicheren Zugang zu Informationen über Quellen (vgl. Sparrow, 2006 zit. n. Neuburger, 2016:74).

Zu einer starken Verunsicherung von Journalismus hat auch das Internet geführt. Hier muss zuerst geklärt werden, welche der technischen Möglichkeiten sinnvoll für den Journalismus gebraucht werden, um die Erwartungen des Publikums und die gesellschaftliche Statusfunktion zu erfüllen. Hier fehlt es zurzeit an festen Regeln, deshalb dominiert hier noch das Beobachten und Imitieren der Konkurrenz (vgl. Neuburger, 2016:74).

Pöttker sieht die Gefahren im Journalismus mit ihrer durch die Enge gefährdeten gründlichen Recherchen sowie dem Respekt vor der Privatsphäre und anderen Elementen journalistischer Professionalität. Hinzu kommt die Frage der Legitimität von Journalismus, denn der Begriff der „Lügenpresse“ kursiert schon seit dem 19. Jahrhundert in der Gesellschaft herum (vgl. Pöttker, 2017:521).

Weichler bringt es auf den Punkt. Jahrelang war es die Aufgabe des Journalismus Öffentlichkeit herzustellen. Kurz gesagt: Wer den Menschen was über die Massenmedien mitteilen wollte hat dazu einen Journalisten gebraucht. Mit der fast flächendeckenden Verbreitung des Internets, hat sich so einiges verändert, denn wer heute in die Öffentlichkeit will, braucht keine Zeitung mehr, ein Zugang zum Internet ist ausreichend. Denn der Zutritt zur Öffentlichkeit ist heutzutage barrierefrei. Die Folge: eine ganze Berufsgruppe ist irritiert und muss sich neu organisieren (vgl. Weichler, 2012:13).

Ähnlich sieht dies auch Pöttker. Folgt man seinen Annahmen, so leitet dieses Unwissen was Journalismus ist und was seine Aufgaben sind zu Unsicherheiten in der Gesellschaft. Er plädiert daher auf ein klares Bewusstsein auf beiden Seiten, auf der des Publikums und jener der Journalisten, welche Leistung er erbringen sollte und warum dieser Beruf gebraucht wird (vgl. Pöttker, 2001:20).

Scheinbar steht es um den Journalismus und dessen Zukunft nicht sehr gut. Noch gibt es keine konkreten Lösungen für die Probleme, mit denen er derzeit zu kämpfen hat, weder wissenschaftlich noch praktisch. Dies gibt Anreiz dazu, sich mit den Ansätzen von Marie Luise Kiefer zu befassen und sich mit ihrer Sichtweise, Journalismus und Medien als Institution zu begreifen, zu beschäftigen und so den Journalismus als Profession wieder zu stärken und ihn in der Gesellschaft zu sichern.

Die institutionellen Ansätze bieten ergänzend die Möglichkeit die Entstehung und den Wandel von Journalismus sowie das Verständnis der Regelsysteme und deren Wirkungen zu begreifen. Neben einem Zugang zur Medienökonomie werden interdisziplinäre Verbindungen erfasst und „durch die Verbindung von volk- und betriebswirtschaftlichen Ansätzen als auch die institutionalistische Meso-Perspektive, welche die strukturellen Makroansätze mit handlungstheoretischen, akteursbezogenen Mikroansätzen verbindet“, eröffnet. (Just / Latzer, 2017: 15).

2.5.1 Zwischenfazit

In der Publizistik – und Kommunikationswissenschaft ist die Journalismusforschung ein zentrales Forschungsfeld. Hinsichtlich der Gesellschaft, wird analysiert was Journalismus für die Öffentlichkeit bedeutet und welche Einflussfaktoren das journalistische Handeln beeinflussen. Angesichts der komplexen Definition des Begriffs Journalismus, kann er aus verschiedenen Sichtweisen betrachtet werden. Daher ist es möglich den Journalismus systemtheoretisch, als auch handlungstheoretisch zu erklären zu versuchen.

Gegenwärtig steht der Journalismus jedoch vor neuen großen Herausforderungen. Denn derzeit befindet sich die gesamte Medienbranche in einem Umbruch. Daraus resultiert, dass die gesellschaftlichen sowie technischen Veränderungen eine ungewisse Zukunft für den Journalismus sowie seine Aufgaben und Leistungen für die Öffentlichkeit und die Gesellschaft prognostizieren. Diese Schwierigkeiten werden oft im Zusammenhang mit ökonomischen Problemen genannt. Folgt man Sparrow so zeigt der Journalismus Unsicherheiten in drei verschiedenen Bereichen: seiner ökonomischen Verletzbarkeit, seinem Bemühen um Glaubwürdigkeit und der unsichere Zugang zu seinen Quellen.

3 Zum Institutionenbegriff

Im folgenden Kapitel soll Klarheit über den Institutionenbegriff geschaffen werden. Es werden grundlegende Definitionen von Institutionen erläutert sowie die bisher wichtigsten Ansätze und Theorien in der institutionellen Forschung aufgezeigt. Auch die Entstehung und der Wandel von Institutionen aus verfassungsökonomischer sowie evolutionstheoretische Sicht wird beschrieben. Die oft ungenaue Abgrenzung zum Begriff der Organisationen, welcher folgend ebenso dargestellt wird, macht eine Darstellung des Institutionenbegriffs umso wichtiger. Des Weiteren wird eine Einordnung des Begriffs in der Kommunikationswissenschaft gegeben.

In der Kommunikationswissenschaft hat der Begriff der Institutionen bislang eher geringe Bedeutung. Bis auf wenige Ausnahmen (Donges 2006 oder Hannerer/Steininger 2009) sind Marie-Luise Kiefer keine publizistikwissenschaftlichen Arbeiten mit institutionalistischem Fokus bekannt. Ob sich Journalismus und Medien als Institutionen begreifen lassen wird in späteren Kapiteln näher erläutert (vgl. Kiefer, 2010:7).

Der Begriff der Institutionen lässt sich nicht anhand einer einzigen Definition beschreiben. Das terminologische Durcheinander begründet Pies (2011) dadurch, dass sich verschiedene Disziplinen für Institutionen interessieren. Dadurch lässt sich der Begriff aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachten. (vgl. Steininger / Kiefer, 2014: 75).

3.1 Institutionalistisches Denken in der Kommunikationswissenschaft

In den Sozialwissenschaften, insbesondere in der Kommunikationswissenschaft im deutschsprachigen Raum zeigt sich der Fokus auf Institutionen lückenhaft. Kiefer hat dies als Anreiz gesehen, das „Erklärungspotential institutionalistischer Ansätze mit Blick auf die publizistikwissenschaftliche Fragestellung abzutasten“ (Kiefer, 2010:7).

Mit interdisziplinären Ansätzen aus der Soziologie sowie der Ökonomie versucht sie eine Analyse, ob sich Journalismus und Medien sinnvoll als Institutionen begreifen lassen können (vgl. Kiefer, 2010:7), was in *Kapitel 4* näher erläutert wird.

In der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft hat sich die Normaldefinition von Medien nach Saxer durchgesetzt.

Demnach sind Medien laut Saxer „komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen“ (Saxer, 1998:27). Saxer weist schon lange darauf hin, dass eine rein technizistische Medienperspektive - wie es oft gemacht wird - für die Sozialwissenschaft nicht ausreicht. Denn laut Saxer macht sie die „Doppelnatur des System Mediums“ nicht sichtbar (Saxer, 1975:209). Jedes publizistische Medium zeichnet sich erst durch ein gewisses kommunikationstechnisches Potential aus und daher sind Kommunikationstechniken „aussageneutral“. Die inhaltliche und formale Differenzierung wird erst durch die jeweilige Institutionalisierung bestimmt, also von der „Art und Weise, wie Gesellschaften die Medien in ihren Dienst nehmen“ (ebd.). Das heißt, je nachdem wie Gesellschaften gemäß den wirtschaftlichen und politischen Verhältnissen organisiert sind, nehmen die Medien andere Dienste wahr (vgl. Burkart, 2002:42f.).

Institutionen erlangen jedoch immer mehr an Bedeutung in den Sozialwissenschaften was zu einer „Renaissance des Institutionalismus“ führt (Mayntz/ Scharpf, 1995:40). Gemeint sind hier Ansätze wie der Neo- Institutionalismus in der Soziologie und der Politikwissenschaft sowie der Institutionenökonomie in der Wirtschaftswissenschaft. Die Gemeinsamkeit dieser Ansätze zeigt sich in der Einigkeit über die hohe Bedeutung, die institutionelle Regeln für die Gesellschaft, ihre Organisation sowie für die einzelnen Individuen hat.

Der Institutionenbegriff lässt sich sehr breit definieren. Dies ist ein großer Vorteil um ihn als Brücke zwischen den diversen sozialwissenschaftlichen Theorien zu nutzen. Trotz dieser Chance ist eine intensive wissenschaftliche Beschäftigung in der Kommunikationswissenschaft dennoch ausgeblieben (Donges, 2006:562f.). So greift Donges in seinem Artikel „Medien als Institutionen“ vor allem die Perspektive des organisationssoziologischen Neo-Institutionalismus auf, welcher Institutionen als „dauerhafte Regelsysteme definiert, die soziales Handeln sowohl beschränken als auch ermöglichen“ (Donges, 2006:565). Er geht der Auswirkung von Medien - verstanden als Institutionen - auf andere Organisationen in der Gesellschaft nach (vgl. Donges, 2006:565).

Im Gegensatz dazu haben Hannerer und Steininger (2009) eine Einordnung und Bewertung der Bertelsmann Stiftung aus institutionenökonomischer Perspektive publiziert. Laut den

Beiden wird die Stiftung und nicht die Medien als Objekt in der institutionenökonomischen Analyse betrachtet (vgl. Kiefer, 2010:12).

Die unterschiedlichen Definitionen von Institutionen führen zu der Schwierigkeit der Einbettung dieser in die kommunikationswissenschaftliche Forschung.

3.2 Definitionen von Institutionen

Sowohl in der Soziologie als auch in der Ökonomie setzt sich die Annahme durch, dass Institutionen nicht als Regeln, sondern vielmehr als Regelsystem zu begreifen sind. Hodgson definiert Institutionen demnach als „durable systems of established and embedded social rules that structure social interactions rather than rules as such. In short, institutions are social rulesystems, not simply rules“ (Hodgson, 2006:13 zit.n. Kiefer, 2010:19).

Holls Ausarbeitung des Institutionenbegriffs basiert auf den Annahmen von Kasper und Streit, welche Institutionen in interne und externe sowie informelle und formale Institutionen gliedern. Die ersten beiden beziehen sich auf die Entstehung von Regeln und die anderen beiden auf die Art und Weise ihrer Durchsetzung.

Holl integriert diese Merkmale und arbeitet folgende Gruppen von Institutionen aus:

- *Interne Institutionen*: Sie entstehen aus menschlicher Erfahrung und bringen Lösungen mit sich, welche das Zusammenleben erleichtern.
- *Externe Institutionen*: Sie sind das Ergebnis eines bewussten Entwurfs, entstehen in politischen Prozessen und werden von diesen auch durchgesetzt.
- *Informelle Institutionen*: Sie sanktionieren nicht vorschriftsmäßiges Verhalten durch soziales Feedback und überwachen sich durch imperative Selbstbindung der Akteure selbst.
- *Formale Institutionen*: Sie sanktionieren nicht regelgerechtes Verhalten mittels organisierter privater sowie staatlicher Überwachung (vgl. Holl, 2004:15f).

Weiteres unterscheidet Holl zwischen vier Typen interner und drei Typen externer Institutionen. Die interne Typ 1 Institution wird als Konvention gesehen, Typ 2 umfasst die Regeln der Moral, mit Typ 3 werden Sitten und Gebräuche definiert und unter Typ 4 fallen formalisierte Regeln.

Externe Institutionen sind immer auch formale Institutionen und entstehen durch politische Entscheidungsprozesse. Dadurch haben sie eine gewisse Macht und werden der Gesellschaft auferlegt. Typ 1 der externen Institutionen umfasst Verhaltensregeln, unter Typ 2 werden die zweckorientierten Anordnungen verstanden und Typ 3 umfasst alle Verfahrensregeln, welche staatliche Akteure zu einem bestimmten Handeln leiten (vgl. Holl, 2004:18f.).

Eine für die Kommunikationswissenschaftliche relevante Definition liefert Franke. Er versteht unter autonomen Institutionen, jene, welche alleine befugt sind im Rahmen ihrer Kompetenzen Entscheidungen zu treffen. Franke folgert, dass diese daher für bestimmte Bereiche eine Kompetenz-Kompetenz haben (vgl. Franke, 1998:102). Diese Art von Institutionen ist für die Funktion einer Demokratie unentbehrlich, da sie einen großen Einfluss auf die Öffentlichkeit und das private Leben ausübt. Er definiert diese Institutionen auch über die Medien, wobei diese Definition laut Kiefer auch auf den Journalismus zutrifft. Konkret unterscheidet er autonome, semiautonome und quasiautonome Institutionen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk fällt in den Bereich der semiautonomen Institutionen. Das heißt, dass er zwar im Rahmen des Verfassungsrechts handelt, aber nicht zu den obersten Staatsorganen zählt (vgl. Franke, 1998:104ff).

Eine genauere Darstellung von Institutionen soll folgend nicht angeführt werden. Es soll bloß ergänzend eine kurze Erläuterung aus institutionenökonomischer Sicht ausgearbeitet werden und im Zuge dessen werden die unterschiedlichen Annäherungen an den Institutionenbegriff vertiefend diskutiert. Denn laut Kiefers Aufsatz über die künftige Finanzierung von Journalismus, auf den im Laufe der Arbeit noch näher eingegangen wird, ist nicht nur die Unterscheidung von Journalismus und Medien vor allem bei der Finanzierungsfrage von großer Bedeutung, sondern auch die institutionsökonomische Theorie der Commons (vgl. Kiefer, 2011:5).

3.3 Ökonomische Institutionen

„Institutionen strukturieren, begrenzen und ermöglichen nicht nur das Handeln der Individuen in der Gesellschaft, sie schaffen auch Handlungsmotive, die von der jeweiligen Interessenlage des Individuums unabhängig sind, ja die Wahrnehmung dieser Interessenlage beeinflussen“ (Steininger / Kiefer, 2014:76).

Betrachtet man Institutionen aus ökonomischer Sicht, so bilden sie sich deshalb heraus, um kollektive Güter zu ermöglichen (vgl. Steininger / Kiefer, 2014: 76).

Daher kann Journalismus als Institution begründet werden, denn ihm obliegt die „Beschreibung der aktuellen gesellschaftlichen Wirklichkeit unter der Perspektive, die Freiheits- und Entscheidungsfähigkeit des Bürgers als Demos der Demokratie sicherzustellen“ (Kiefer 2010:211).

Institutionen haben die Macht, individuelle Zielstreben zu Gunsten der kollektiven Interessenslagen einzugrenzen und zu verändern. Das heißt im Falle von Journalismus sichern sie die Demokratiefähigkeit der Bürger als kollektives Gut.

In der ökonomischen Theorie zählen Markt, Wettbewerb und Unternehmungen zu den wichtigsten Institutionen. Kiefer und Steininger unterscheiden in ihrem ökonomischen Zugang zu Institutionen Regelsysteme und korporative Gebilde. Regeln können formal sein, wie beispielsweise Rechtsnormen oder informell wie zum Beispiel Berufsnormen journalistischer Sorgfaltspflicht. Unter korporativen Gebilden werden organisierte soziale Zusammenschlüsse verstanden, wie der Staat, politische Parteien oder Medienunternehmen (vgl. Kiefer / Steininger, 2014: 77).

Ergänzend wird weiter unterschieden zwischen fundamentalen (grundlegenden) Institutionen sowie abgeleitete (sekundäre) Institutionen. Abgeleitete Institutionen bilden sich immer innerhalb des Rahmens ihrer vorgelagerten Institution. Dadurch können Institutionen also als hierarchisch gegliedert verstanden werden. Wird dies am Beispiel eines Medienunternehmens betrachtet, so basiert dessen Gründung auf den Institutionen des Wirtschafts- und Gesellschaftsrechts eines Landes.

Im Gegensatz dazu stehen fundamentale Institutionen an der Spitze und bilden den Rahmen für abgeleitete Institutionen. Sie werden als Ergebnis langer gesellschaftlicher Evolutionsprozesse erklärt und sind im Gegensatz zu den ableitenden Institutionen nicht planbar, wie beispielsweise die Menschenrechte (vgl. Kiefer / Steininger, 2014: 79).

Institutionen aus institutionsökonomischer Sicht

In der Ökologie setzt sich das Verständnis durch, das „Institutionen nicht als Regeln, sondern als Regelsysteme“ begreift (Kiefer, 2010:19) und damit der Vorstellung der Institutionen aus soziologischer Sicht sehr nahekommt.

Eine der wohl bekanntesten Definitionen von Institutionen liefert Ostrom:

„institutions are the prescription that humans use to organize all forms of repetitive and structured interaction including those within families, neighborhoods, marktes, firms, sport leagues, churches, private associations, and goverments all scales. Individuals interacting within rule – structured situations face choices regarding the actions and strategies they take, leading to consequences for themselves and for others“ (Ostrom, 2005:3).

Ostrom sieht in Institutionen die Menge von Funktionsregeln, die das Handeln und das Treffen von Entscheidungen der Personen bestimmt. All diese Regeln enthalten Vorschriften, nach denen gehandelt wird. Im Gegensatz sind Funktionsregeln, jene Regeln die tatsächlich angewendet werden, um die Entscheidung zu treffen (vgl. Kiefer, 2010:20). Diese Definition wird später durch folgende zwei Aspekte ergänzt.

Zum einen gehören Institutionen zum gemeinsamen Wissen einer Gesellschaft. Das heißt, die Beteiligten kennen die Regeln und sind sich deren auch bewusst. Zum anderen weist sie darauf hin, dass institutionelle Regelsysteme in ein anderes institutionelles Regelsystem eingebaut sind, welches die Modifizierung dieser weitgehend festlegt. Daher spricht sie von einer Mehrebenenanalyse und differenziert demnach drei Ebenen von Regeln: Regeln für *operative* Entscheidungen, welche das alltägliche Handeln ordnen und Entscheiden. Die Regeln für *kollektive* Entscheidungen bestimmen die operativen Regeln indirekt und die *konstitutionellen* Regeln bestimmten die Herstellung eines Regelsystems für kollektive Entscheidungen. Außerdem legen die konstitutionellen Regeln fest, wer teilnahmeberechtigt ist und wer nicht und ordnen operative Tätigkeiten (vgl. Ostrom, 1999:66f.).

Bezüglich des Wandels von Institutionen müssen die Regeln dieser Ebenen beachtet werden. So sind operative Regeln leichter zu verändern als kollektive oder konstitutionelle Entscheidungsregeln. Dennoch erhöhen Änderungen auf allen drei Ebene immer eine Destabilisierung und bringen eine Unsicherheit der Akteure mit sich (vgl. Kiefer, 2010:21).

Kiefer schreibt, dass es weder „*die* Institutionentheorie noch *die* Journalismustheorie“ gibt (Kiefer, 2011a: 8). Der Begriff bleibt ähnlich wie der Journalismusbegriff sehr vage.

In ihrem Finanzierungsaufsatz verweist sie jedoch auf Göbel, welche aus allen Ansätzen die Kriterien aufgreift, die am relevantesten sind (vgl. Kiefer, 2011a:8).

Folglich sind Institutionen nach Göbel:

- „Systeme von verhaltenssteuernden Regeln bzw. durch diese gesteuerte Handlungssysteme,
- die Problembereiche menschlicher Interaktionen gemäß einer Leitidee ordnen,
- die für längere Zeit und einen größeren Kreis von Menschen gelten
- und deren Beachtung auf unterschiedlicher Art und Weise durchgesetzt wird.“
(Göbel, 2002: 3).

Für sie bezieht sich die ökonomische Sichtweise auf Institutionen zu sehr auf das Regelsystem und weniger auf den Bezugspunkt solcher Regeln (vgl. Göbel, 2002: 2f.). Nach Göbel haben Institutionen acht Funktionen:

Ordnungsfunktion

Institutionen ordnen das menschliche Zusammenleben. Dies führt zu einer Reduktion von Unsicherheit und zu einer Verminderung von Komplexität.

Entlastungsfunktion

Institutionen schränken Handlungsspielräume ein, was zu einer Entlastung des Einzelnen führt. Dadurch können persönliche Fähigkeiten besser genutzt werden und Energien für andere Leistungen werden freigesetzt.

Motivationsfunktion

Institutionen lenken das Verhalten des Einzelnen, indem sie sozial erwünschtes Verhalten begünstigen und sozial unerwünschtes Verhalten verhindern.

Koordinationsfunktion

Institutionen schaffen Verlässlichkeit und Sicherheit im Verhalten und sichern somit ein erfolgreiches zusammenpassen arbeitsteiligen Handelns.

Kohäsionsfunktion

Institutionen sorgen für eine gemeinsame Identität in der Gemeinschaft, denn die Regelgemeinschaft erzeugt ein Zusammengehörigkeitsgefühl durch Bräuche und Sitten. Dies erleichtert das menschliche Zusammenleben.

Wertmaßstabfunktion

Institutionen geben Beurteilungsmaßstäbe für eigenes und fremdes Verhalten vor, welches eine Belohnung beziehungsweise eine Bestrafung legitimiert.

Spezielle Funktionen

Unter speziellen Funktionen wird eine Herrschaftssicherung verstanden. Mit Hilfe von Institutionen wird festgelegt, wer in welchem Maß über wen Macht ausüben darf.

Abgeleitete Funktionen

Institutionen, die bei der Durchsetzung von Regeln helfen wie beispielsweise die Justiz oder die Polizei.

All diese Funktionen von Institutionen müssen sich ständig neu beweisen. Institutionen gehören zwar zum festen und ordnungsschaffenden Bestandteil einer Gesellschaft, stoßen hier jedoch auf geregelte Ordnungen, auf Spontanität und Stabilität (vgl. Göbel, 2002:8).

Kiefer versucht diese Funktionen den Medien zuzuordnen und stellt diese am Beispiel journalistischer Medien mit ihrer Orientierung an der aktuellen Berichterstattung dar (vgl. Kiefer, 2010:28).

3.4 Theorie der institutionellen Tatsachen nach Searle

Der Philosoph John R. Searle kritisiert die Unklarheit von Institutionen in der Literatur und sieht die größte Problematik vor allem in ihrer sprachlichen Auslegung. Sein sprach- und kognitionstheoretisch orientierter Ansatz einer Theorie gesellschaftlicher Institutionen ist in der Institutionenökonomik zu Kenntnis genommen worden und gewinnt unter dem Aspekt der Analyse für Medien an großer Bedeutung. Sein Ansatz zur Erklärung gesellschaftlicher (institutioneller) Wirklichkeit beinhaltet drei zentrale Elemente und eine Hintergrundthese (vgl. Searle, 2005 / vgl. Kiefer, 2010).

1. *Kollektive Intentionalität*: Meint die Fähigkeiten für ein kooperatives Verhalten sowie kollektive Wünsche und Überzeugungen (vgl. Kiefer, 2010:30). „*Collective intentionality is the basis of all society, human or animal*“ (Searle, 2005:6).
2. *Zuschreiben von Funktionen*: Dies umfasst die Eigenschaft speziellen Objekten Funktionen zu geben, die davor keine hatten. Funktionen sind niemals immanent und sind beobachterrelativ (vgl. Kiefer, 2010:31). „*human beings have a capacity that they share with some, through this time with not very many, other species of animals, the capacity to impose functions on objects where the object does not have the function, so to speak, intrinsically but only in virtue of the assignment of function*“ (Searle, 2005: 7).
3. *Konstitutionsregeln*: Gemeint sind die Regeln, die für ein gesellschaftliches Phänomen ausschlaggebend sind. Institutionelle Tatsachen existieren „nur innerhalb von Systemen konstitutiver Regeln“ (Searle 1997:38 zit. n. Kiefer, 2010:31).
4. *Hintergrundthese*: Menschen lernen und folgen unbewusst diesen institutionellen Regelsystemen und reagieren im Laufe der Entwicklung auf die Strukturen (vgl. Kiefer, 2010: 31f).

Daraus entwirft Searle seine Theorie der institutionellen Tatsachen. Die zentralen Begriffe hierbei sind Status, Statusfunktion, kollektive Intentionalität sowie kollektive Anerkennung und denotische Macht, also die Schaffung von Rechten und Pflichten (vgl. Searle 2005; 1997).

Nach Searle weisen Institutionen folgende Struktur auf:

„*X counts as Y in C, where the Y term assigns a status function and (with few exceptions) the status function carries a deontology*“ (Searle, 2005:10).

Statusfunktionen sind konstitutive Regeln. Damit sie existieren müssen sie als allgemeingültig repräsentiert werden, denn sonst kann keine Institution entstehen. Die Art und Weise, in der sich die menschlichen institutionellen Realitäten von anderen sozialen Strukturen abhebt, ist die Folge der Statusfunktionen und der darauf aufgebauten Regelsysteme und Verhaltensweisen (vgl. Kiefer, 2010:33).

Searle definiert Institutionen also über das Konzept der Statusfunktion, schließt aber auch nicht aus, dass es auch andere Arten von Institutionen geben kann (vgl. Kiefer, 2010:33).

Kiefer sieht es besonders reizvoll Searles Institutionenkonzept auf Medien zu übertragen, da es eine Erklärung aus Sicht der Individuen ermöglicht und versucht sich auf Basis der Theorie der institutionellen Tatsachen nach Searle an einer institutionstheoretischen Analyse von Medien und Journalismus (vgl. Kiefer, 2010:34), welche in *Kapitel 4* erläutert wird.

3.5 Abgrenzung zum Organisationsbegriff

Der Begriff der Organisation zeigt in den Sozialwissenschaften ähnlich wenig Klarheit wie jener der Institutionen (vgl. Kiefer, 2010:121). Es gibt also weder *den einen* Institutionenbegriff noch *die eine* Organisationsdefinition. Die Begriffe Organisation und Institution werden in der wissenschaftlichen Literatur oft in Verbindung gebracht, sind aber voneinander Abzugrenzen (vgl. Türk, 1978:3). Die Schwierigkeit dahinter sieht Donges aufgrund des Einhergehens von Institutionen und Organisationen, auch wenn diese nicht zwingend zusammenfallen müssen. (Donges, 2013:88).

Türk (1978:8). sieht in „Organisationen im Verhältnis zu Institutionen die konkretisierenden und realisierenden sozialen Gebilde, doch wirken die gesellschaftlichen Institutionen auch in die Organisationsstrukturen und Prozesse tief hinein.“

Max Weber formulierte in seinem Bürokratieansatz die klassischen Merkmale einer Organisation: Mitgliedschaft und Regeln (vgl. Altmeyden, 2006:65). Kernpunkt des Weber'schen Ansatz ist „die Existenz einer durch generelle Regeln geschaffenen Ordnung und die Akzeptanz dieser Ordnung durch ihre Mitglieder“ (Schreyögg 1999:32).

Angelehnt an Luhmann, der zwischen drei Ebenen der Systembildung unterscheidet – Interaktionssysteme, organisierte Sozialsysteme, Gesellschaftssysteme – (vgl. Luhmann, 2017:170f.) bilden nach Schimank (2001:282f;2005:23f.) formale Organisationen die „mittlere Ebene sozialer Systembildung“, eine Stufe, die sich in der Gesellschaft zwischen der Ebene der Interaktion einzelner Individuen und der Ebene der Gesellschaft befindet.

Sozialwissenschaftliche Konzepte dieser oben genannten Ebene sind jedoch sehr vielfältig.

Für Türk ergeben sich aus den verschiedenen Definitionen von Organisationen folgende Merkmale:

- Ein eigenlogischer Gebildecharakter
- Ideologisierung als rational
- Geschichtlichkeit
- Spezielle Funktion in der modernen Gesellschaft
- Gesellschaftspolitische Dimension (Türk, 1996:6 zit. nach Kiefer, 2010:123)

Mantzavinos weist auf die Wichtigkeit der Trennung der beiden Begriffe hin. Er sieht Institutionen als die Gründer von Spielregeln, während Organisationen, eine Gruppe von Individuen sind, die im Rahmen dieser Regeln agieren. Das soll heißen, dass Organisationen institutionellen Regeln unterliegen (vgl. Mantzavinos, 2007:86f.).

North betrachtet die beiden Begriffe aus der wirtschaftlichen Seite und sieht die Wichtigkeit der Unterscheidung der Begrifflichkeiten vor allem bei dem Wandel von Institutionen.

North verdeutlicht: „If institutions are the rules of the game, organizations and their entrepreneurs are the players“ (North, 1994:362).

Die Begriffe Institution und Organisation lassen sich trotz einer kurzen definitorischen Abgrenzung nicht partout getrennt voneinander betrachten. Der Journalismus als Institution kann und soll nicht ohne Einbezug seiner Mitspieler, den Organisationen, suggeriert werden.

3.5.1 Organisation in der (Institutionen) Ökonomik

„Generell gilt „Organisation (also Hierarchie), vor allem natürlich in der Form der Unternehmung, in der Ökonomik als ein Koordinationsmechanismus sozialer, hier speziell wirtschaftlicher Interaktionen neben anderen Mechanismen wie Markt, Gemeinschaft oder Netzwerk“ (Kiefer, 2010: 129).

Auch in der Ökonomie gibt es je nach theoretischem Zugriff unterschiedliche Aspekte auf das vielfältige Phänomen der Organisation.

Gerum unterscheidet vier Zugänge:

- Den neo- institutionalistischen Organisationsbegriff, welcher Organisationen als Quasi-Markt sieht
- Den instrumentellen Organisationsbegriff, der in Organisationen eine zweckvolle Regelung von Vorgängen der Aufgabenerfüllung sieht
- Den institutionellen Organisationsbegriff, der Organisationen als soziales Gebilde sieht, welches ein dauerhaftes Ziel verfolgt
- Das Verständnis von Organisationen als Ressourcenpool, in der sich Akteure ihre jeweils begrenzten Ressourcen für eine Durchsetzung gemeinsamer Interessen zusammenschließen (vgl. Gerum, 2004:444 zit. n. Kiefer, 2010:130).

Mit Hilfe des Transaktionskostenansatzes ist im Rahmen des ökonomischen Institutionalismus eine Organisationsökonomik entwickelt worden, anhand der die Emergenz von Medienorganisationen erklärt werden soll (vgl. Kiefer, 2010:121).

Transaktionskostenansatz

Der Ansatz stellt die Frage der Steuerungsmechanismen für wirtschaftliche und gesellschaftliche Ergebnisse in den Fokus, welche eng mit Institutionen verknüpft sind (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:68). Er ist einem Ansatz der Politischen Ökonomie bzw. der Neuen Institutionenökonomie als Teilgebiet der Wirtschaftswissenschaften, zuzuordnen (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:62).

Als einer der wichtigsten Vertreter des Ansatzes gilt Coase (vgl. Kiefer / Steininger, 2014: 65). Er machte schon 1937 darauf aufmerksam, dass es die Transaktionskosten sind „die entscheiden ob es individuell vorteilhaft ist, eine bestimmte Transaktion firmenintern oder über den Markt abzuwickeln“ (Pies, 2001:4).

Williamsons hat Coases Ansatz weiterentwickelt, indem er sagt, dass ökonomische Institutionen der generellen Einsparung von Transaktionskosten dienen. Im Wesentlichen sind dies Informations- und Kommunikationskosten, da die Marktpartner nicht vollständig informiert sind.

Er unterscheidet, angelehnt an Coase folgende Transaktionskosten (vgl. Kiefer / Steininger, 2014: 65):

- *Suchkosten*, weil geeignete Tauschpartner nicht beliebig zur Verfügung stehen;
- *Informationskosten*, denn potenzielle Tauschpartner sind über die eigenen Transaktionswünsche zu informieren;
- *Aushandlungskosten*, der bestmögliche Tausch muss ausgehandelt und zum Abschluss gebracht werden;
- *Durchsetzungs-, Wertsicherungs- und Kontrollkosten*, denn die Vertragserfüllung muss kontrolliert und sichergestellt werden (Kiefer / Steininger, 2014: 65f).

Innerhalb der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft lässt sich der Transaktionskostenansatz bezüglich der Gewinnaufbringung in Medienunternehmen als Erklärungsansatz vorlegen. Transaktionskosten können reduziert werden, indem für unterschiedliche Arten von Transaktionen diverse institutionelle Arrangements gefunden werden (vgl. Kiefer / Steininger, 2014: 66f.).

3.5.2 Medien als Organisation

Kiefer weist darauf hin, dass es wichtig ist die Medienorganisationsforschung voranzutreiben, denn es „gibt weder einen theoretischen Ansatz noch eine Forschungspraxis, die sich zentral mit der erwerbswirtschaftlichen Organisation von Medien auseinandersetzt“ (Kiefer, 1997:57).

Dies stützt sich auf die Erkenntnis, dass Medienangebote nur organisiert entstehen und Medien erst durch die Organisation beobachtbar werden. Organisationen sind im Medienbereich nicht mehr wegzudenken, denn Fragen wie das Medienangebot zustande kommt und welche Einflussfaktoren maßgeblich sind, sind durch jene Faktoren, die eine Organisation ausmachen, zu rekurrieren. Die Rezeptionsseite ist ebenso Bestandteil einer Organisation und sie können als Mitglieder dieser verstanden werden. Jedoch ist über die Funktionsweise der Medien über ihr innerorganisationales Operieren und über ihre Beziehung zur Umwelt noch wenig bekannt. Vorschläge aus der Organisationssoziologie sowie der Betriebswirtschaftslehre werden zwar auf Medien angewendet, vergessen aber das

problematische Verhältnis von journalistischen und Medienorganisationen (vgl. Altmeyen, 2006: 12).

„Der Januskopf der Medien, einerseits kommerziell, andererseits publizistisch tätig zu sein, zieht sich wie ein roter Faden durch die Diskussion“ (Altmeyen, 2006:12).

Für das System Journalismus liegen jedoch viele ausgearbeitete Modelle vor, die eine detaillierte organisationale Zusammensetzung darlegen sowie die Funktionsweise ausleuchten. Als Grund dafür sieht Altmeyen, dass zwischen Journalismus und Medien oft kein Unterschied gemacht wird. Werden Journalismus und Medien aber als Einheit verstanden, kann dies problematisch werden.

Die Gleichstellung von Journalismus und Medien beim Fernsehen ist noch problematischer. Denn ein 24-Stundentag eines Fernsehsenders besteht neben dem Informationsangebot auch aus dem Fernsehunterhaltungsangebot. Fernsehunterhaltung kann daher als „Subsystem des Rundfunks“ (Dröge 2011:99) betrachtet werden. Durch Unterschiede in der Struktur anderer Redaktionen sowie Programmbereichen kann die These aufgestellt werden, „dass die Fernsehinhalte im Informationsbereich, wie bei Tageszeitungen und Zeitschriften, von journalistischen Organisationen hergestellt werden, im Unterhaltungsbereich dagegen von anderen Organisationen.“ (Altmeyen, 2006:14). Altmeyen stellt die These auf, dass die Beschaffung und Produktion dieser verschiedenen Fernsehangebote nicht alleine von journalistischen Organisationen produziert werden (vgl. Altmeyen, 2006:15). Er verweist darauf, dass Medien und Journalismus neu überdacht werden sollen und betrachtet die beiden Begriffe aus einer organisationalen Perspektive. Ein medialer Wandel soll dadurch besonders deutlich abzulesen sein (vgl. Altmeyen, 2006:16).

Altmeyen leitet die These, dass „Journalismus und Medien eigenständige und autonome Organisationssysteme“ sind (Altmeyen, 2006:17), ab. Jedoch braucht der Journalismus das Geschäft mit den Medien für die Beschaffung, Produktion, Finanzierung und Distribution seiner Inhalte. Das heißt, auch wenn Journalismus und Medienorganisationen als verschiedene Organisationssysteme betrachtet werden, kann nicht abgestritten werden, dass sie in einem Dependenzverhältnis stehen (vgl. Hanitzsch, 2004).

3.6 Entstehung und Wandel von Institutionen

Nach Mantzavinos gibt es zwei große Motive für die Entstehung von Institutionen. Zum einen die motivationalen Gründe und zum anderen die kognitiven. Die Motivationalen Gründe sehen das Selbstinteresse der Individuen und die daraus resultierenden sozialen Konflikte im Vordergrund. Grund dafür ist das zielorientierte Selbstinteresse des Individuums. Diese Probleme können mit institutionellen Regeln verhindert oder beseitigt werden. Jedoch können auch solche sozialen Konflikte erwünscht sein, wie beispielsweise der Wettbewerb.

Die kognitiven Gründe zielen darauf ab, dass Menschen nur eine begrenzte kognitive Fähigkeit haben, die bei der Bewältigung der komplexen Umwelt an ihre Grenzen stößt. Um diese Unsicherheiten einzugrenzen sollen Institutionen helfen (vgl. Kiefer, 2010: 80f).

Für Institutionsökonomien gelten Institutionen als Spielregeln der Gesellschaft und Organisationen sind ihre wichtigsten Spieler, die die Erreichung ihres Organisationszwecks maximal zu nutzen versuchen. Um dies zu erreichen werden neues Wissen und neue Fähigkeiten erworben, was als zentraler Faktor von institutionellem Wandel gilt. Denn mit den neu erworbenen Fähigkeiten sowie dem Wissen ändert sich die Einschätzung bezüglich der Aktions- und Wahlmöglichkeiten im Rahmen der institutionellen Struktur.

Folgend wird die Entstehung und Begründung von formalen Institutionen aus Sicht der Verfassungsökonomik erklärt sowie die Entstehung und der Wandel von informellen Institutionen aus Sicht der Evolutionsökonomik (vgl. Kiefer, 2010:79).

3.6.1 Institutionen aus verfassungsökonomischer Sicht

Im Mittelpunkt der Verfassungs- bzw. konstitutionellen Ökonomik steht die politisch-rechtliche Ordnung einer Gesellschaft. Die Verfassung dieser Gesellschaft wird von der Gesamtheit der Regeln und Institutionen gebildet. Die Aufgabe der Verfassungsökonomik ist die Analyse der Wahl dieser Verfahrensregeln und Institutionen, welche die Gesellschaft ordnen. Diese Sichtweise ist angeknüpft an die Theorien des Gesellschaftsvertrags. Demnach legen Individuen eines Kollektivs einen Gesellschaftsvertrag ab, in dem ihr Verhalten anderen gegenüber, welche öffentlichen Güter sie bereitstellen sowie die Finanzierung dieser, geregelt ist.

Ein solcher Gesellschaftsvertrag basiert auf freiwilliger Zustimmung sowie der Einstimmigkeit aller Mitglieder, die im Sinne der konstitutionellen Ökonomik die Sicherung des normativen Individualismus auch auf kollektive Entscheidungen übertragen.

Gesellschaftliche Regeln und Institutionen sind nur dann legitim und gültig sofern sie das allgemeine Wohl fördern. Kriterium hierfür ist die Zustimmungsfähigkeit aller Individuen des Kollektivs zu einer Regel, denn nur so kann Konsens entstehen. Dieser Konsens wird jedoch nicht als voraussetzungsfrei angenommen, sondern beruht auf Wissen über das beispielsweise gemeinsame Problem (vgl. Kiefer, 2010: 85f.).

Aufderheide unterscheidet zwei Arten von Wissen: Theorie- und Interessenswissen.

Unter Theoriewissen versteht er das Wissen um Ursache – Wirkungs- Zusammenhänge zwischen alternativen Institutionen und individuellen Handlungen. Das Interessenswissen umfasst das Wissen der eigenen Position in der Gesellschaft und die jeweils individuellen Interessen (vgl. Aufderheide, 1996:187f zit. n. Kiefer, 2010:87).

Die Aufgabe der konstitutionenökonomischen Analyse ist also das Bereitstellen des benötigten Wissens für die Konsensfähigkeit (vgl. Kiefer, 2010:87). Kiefer ergänzt dies mit den institutionellen Ansätzen von Journalismus. Diese ermöglichen und sollen sicherstellen, dass eine Aufklärungsarbeit und Vermittlung von Wissen funktioniert (vgl. Kiefer, 2010:87).

Seufert versucht in seinem Beitrag „*Entstehung und Wandel der Institution Journalismus und Medien*“ ein Erklärungspotential mit Befunden aus Deutschland zu diskutieren.

Die Verfassungsökonomik erklärt alle formalen Regelsysteme bzw. Institutionen. Das heißt sie liefert alle durch das Gesetz formulierten Vorschriften sowie die Schaffung von staatlichen Regulierungsorganisationen, welche die Einhaltung der Regeln kontrollieren.

Demnach etablieren sich formale Institutionen, sofern die mit dem Regelsystem verbundenen gesellschaftlichen Vorteile, die Nachteile der einhergehenden individuellen Beschränkungen übersteigen (vgl. Seufert, 2016:137f). Soll heißen „dass alle Gesellschaftsmitglieder in einem hypothetischen Gesellschaftsvertrag dieser Form einer freiwilligen Selbsteinschränkung zustimmen würden“ (Seufert, 2016:138).

Ein Wandel der Institutionen findet dann statt, wenn „sich Nutzen und Kosten der Erzeugung eines Kollektivgutes in den Augen der Gesellschaftsmitglieder grundlegend verändern“ (Seufert, 2016:138), oder sich ein Wechsel in der Bereitstellungsform des Kollektivgutes ergibt. Als Beispiel nennt Seufert hier, wenn Nachrichten durch Journalisten in staatlich beauftragten Unternehmen auf Gewinnmaximierung abzielen und nicht auf eine Non-Profit Organisation.

Der formale Regulierungsrahmen für Journalisten und Medienunternehmen reicht von der institutionellen Verankerung der Meinungsfreiheit als Grundrecht bis zu spezifischen Vorschriften für Medienunternehmen. Kiefer argumentiert, dass in den westlichen Demokratien der kollektive Nutzen durch unabhängige Journalisten entsteht, da ihre Arbeit die Voraussetzung einer demokratischen Öffentlichkeit ist.

Seufert resümiert, dass hier noch Klärungsbedarf besteht. Zum einen ist zu prüfen, inwieweit das formale Regelsystem für Journalismus und Medien als ein Ergebnis eines Gesellschaftsvertrags zu sehen ist (vgl. Seufert, 2016: 137f.).

Regelsysteme schaffen immer nur dann abstrakte Güter mit Kollektivgutcharakter sofern diese einen positiven Nutzen für die Gesamtgesellschaft mitbringen. Das ist nur möglich, wenn ein Ausschluss von Einzelmitgliedern nicht möglich ist, oder dieser mit zu hohen Kosten verbunden ist. Daher ist es schwer festzustellen, welche formalen Regelungen nun einen Kollektivcharakter haben sollen. In der Verfassungsökonomik wird davon ausgegangen, dass optimale institutionelle Arrangements nur zustande kommen, wenn sie auf Basis eines demokratischen Diskurses getroffen werden können, zu dem alle Mitglieder einer Gesellschaft den gleichen Zugang haben. Nach Kiefer lässt sich dadurch ein kollektiver Nutzen von Journalismus und Medien als Institution ableiten, denn das damit erzeugte Kollektivgut wird als „demokratische Öffentlichkeit“ bezeichnet (vgl. Kiefer, 2010:89).

Seufert diskutiert die Systemtheorie, welche davon ausgeht, dass in arbeitsteilig organisierten Gesellschaften unterschiedliche Teilsysteme existieren. In diesen bearbeiten Akteure spezifische Entscheidungslogiken für die Lösung von Problemen, welche für die Gesamtgesellschaft wichtig sind. Aus dieser Perspektive betrachtet, lässt sich daher „die Schaffung einer demokratischen Öffentlichkeit auch als Leistung des gesellschaftlichen Teilsystems Medien für das Teilsystem Politik beschreiben, die hilft dessen Funktionsbeitrag

zur Stabilisierung der Gesamtgesellschaft [...] zu verbessern“ (Seufert, 2016:143). Darüber hinaus werden in der systemtheoretischen Argumentation in der PKW auch Leistungen des Mediensystems für das soziokulturelle System hervorgehoben (vgl. Seufert, 2016:143). Die Funktion des Mediensystems ist dafür da, dass die einzelnen Mitglieder der Gesellschaft ihre Wert- und Normvorstellung sowie ihre Identität entwickeln und wird unter dem Begriff „gesellschaftliche Identität“ diskutiert (vgl. Fuchs 1999; Handel, 2000 zit. n. Seufert, 2016:143).

In der PKW wird dem Mediensystem die Funktion zur Stabilisierung der Gesellschaft zugeschrieben, denn damit die Akteure problemlösend handeln können, benötigen sie Informationen über die jeweiligen Teilsysteme und dies ist mit Hilfe der Massenmedien und dem Journalismus möglich. Seufert verweist hier jedoch darauf, dass im Hinblick auf eine Institutionalisierung von Journalismus und Medien und dem damit verbundenen Kollektivnutzen die Leistung des Mediensystems für die andern Teilsysteme zu analysieren ist. (vgl. Seufert, 2016:144).

Seufert stellt sich zudem die Frage, „ob die existierende Medienordnung selbst auf einem demokratischen Diskurs beruht“ (Seufert, 2016:145).

Er sieht die Einbindung der Mitglieder der Gesellschaft in dem Entscheidungsprozess über formale Regeln von Journalisten und Medien eher gering, genauso sind zwar medienrechtliche Eingrenzungen vorhanden, das Ziel des Gemeinwohls steht jedoch nicht im Vordergrund (vgl. Seufert, 2016:138f.).

Je geringer die Rückkopplung zwischen den politischen Entscheidungsträgern und den Mitgliedern der Gesellschaft ist, desto höher ist die Möglichkeit der Durchsetzung von Partialinteressen einzelner Interessensgruppen. Am Beispiel Deutschland macht Seufert deutlich, dass hier Defizite zu sehen sind und Entscheidungen oft von den zuständigen Entscheidungsträgern ohne einen öffentlichen Diskurs getroffen werden. Als Beispiel nennt er den Rundfunkbeitrag, der zwar regelmäßig novelliert wird, jedoch von den Ministern beschlossen wird. Ebenso spielt die wirtschaftliche Dominanz eine Rolle, welche die gesellschaftlichen Kollektivguteigenschaften der Medien als nachrangiges Ziel ansieht. Es kann die Gefahr bestehen, dass die zentrale Regelung zur Absicherung einer demokratischen Öffentlichkeit verloren geht. (Seufert, 2016:144f.) Seufert subsumiert, dass „die Stabilität der

gegenwärtigen Medienordnung eher auf der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts beruht als auf einem breiten demokratischen Diskurs über die damit erzeugten Kollektivgüter“ (Seufert, 2016:148).

3.6.2 Institutionen aus evolutionsökonomischer Sicht

Die Entstehung sowie der Wandel von Institutionen wird mit Hilfe des Evolutionsprozesses erklärt. Unter Evolution wird grundsätzlich eine Selbsttransformation eines Objekts oder Systems verstanden. Dies kann in zwei Prozesse unterteilt werden. Zum einen die Entstehung von Neuheit, ökonomisch gesehen wären das neue Handlungsmöglichkeiten, welche nach der Realisierung Innovationen darstellen. Als Beispiel hierfür sind neue Strategien oder Technologien zu nennen. Zum anderen die Wirkungsentfaltung dieser neuen Handlungsmöglichkeiten beziehungsweise Innovationen.

Bei der Entstehung sowie dem Wandel von Institutionen soll auf das Paradigma der Selbstorganisation von Weise eingegangen werden. Er knüpft an die biologische Evolution an sieht aber das menschliche Handeln als Einheit, an welcher die gesellschaftliche Evolution ansetzt. Im Gegensatz dazu ist die kulturelle Evolution eine von Menschen gemachte Evolution. Sie sind aber nicht unabhängig voneinander zu betrachten, sondern die natürliche Evolution ist der historischen vorangegangen, wirkt ihr aber auch nach. Das soll heißen, das auf der Mikroebene vollzogene menschliche Handeln erzeugt auf der Makroebene Kräfte, die wiederum auf das Handeln der Menschen einwirken. (vgl. Weise, 2006:177ff zit. n. Kiefer, 2010:98).

Es wird unter vier Kräften unterschieden:

1. Fluktionskraft: Durch Innovationen wird die etablierte Struktur zerstört und es herrscht eine gesellschaftliche Unordnung
2. Selbstverstärkungskraft: Die Individuen orientieren sich am Verhalten der anderen Personen des Kollektivs. Jedes Individuum stellt für das andere einen Teil der Handlungsumwelt dar, gemeinsam erzeugen sie die Kraft, welche allmählich ein bestimmtes Verhalten erzwingt
3. Hemmungskraft: Entsteht durch die Interaktion mit negativem Feedback und bietet für alternative institutionelle Entwicklungen Raum.
4. Bevorzugungskraft: Die Bevorzugung bestimmter Handlungsalternativen.

Somit können Menschen zwischen ihren Handlungen wählen und Neue erfinden (vgl. Weise, 2006:177ff zit. n. Kiefer, 2010:98).

Kiefer versucht das Konzept der evolutionären Selbstorganisation auf die Pressegeschichte und den Journalismus in Deutschland umzulegen. So will sie den Institutionalisierungsprozess von Journalismus und journalistische Medien nachzeichnen (vgl. Kiefer, 2010:103).

Mittels der Entwicklungsökonomik werden die zeitlichen Dynamiken der Herausbildung von formellen Institutionen sowie die Entwicklungsprozesse dieser erklärt. Also die Verhaltenserwartungen und individuellen Handlungsbeschränkungen, welche nicht auf einer staatlichen Kontrolle beruhen, wie bei Medienorganisationen beispielsweise ethische Normen. Dies ist ein Ergebnis eines Selbstorganisationsprozesses, welcher durch Innovationen vorangetrieben wird, sodass es zu einem Wandel von Institutionen kommt.

Inwiefern sich Institutionen durchsetzen, hängt von der Reaktion, also der Akzeptanz der Akteure auf die Innovationen ab. Sind also Akzeptanzschwellen auf Seiten der Akteure zu hoch, scheitert der Innovationsversuch. Oft werden unter dem Begriff von Innovationen technische Entwicklungen verstanden, der Begriff wird in der Entwicklungsökonomik sowie in der Kommunikationswissenschaft jedoch viel weiter gefasst. So sieht Kiefer in ihrem Beitrag nicht nur den technologischen Wandel als zentral, sondern auch der gesellschaftliche Wandel hat große Auswirkungen. Seufert bestätigt hier Kiefers Annahme, dass in der kommunikationswissenschaftlichen Analyse des Mediensystems häufig nur die Verhaltensänderung der Anbieter in Betracht steht und das Nachfrageverhalten der Rezipienten selten diskutiert wird. Diese Annahme muss noch geprüft werden (vgl. Seufert, 2016:139f.)

Aktuell wird der Journalismus, gebunden an eine Medienorganisation, in westlichen Demokratien durch Verkaufserlöse oder Werbeerlöse finanziert. Die Bereitstellung des Kollektivguts „demokratische Öffentlichkeit“ basiert daher auf dem Markt. Als Ausnahme gelten die öffentlich finanzierten Rundfunkprogramme. Medienmärkte weisen oft eine hohe wirtschaftliche Konzentrationsrate auf, welche die Gefahr einer einseitigen Beeinflussung der öffentlichen Entscheidungsbildung durch die größten auf dem Markt aktiven Medienorganisationen, mit sich bringen kann (vgl. Seufert, 2016: 148f).

Die Marktmechanismen sind auf Basis der Entwicklungsökonomik zentral für die Herausbildung oder den Wandel von Institutionen. Demnach wandeln sich Institutionen, wenn „dauerhafte Verhaltensänderungen der beteiligten Akteure eines Handlungsfeldes stattfinden“ (Seufert, 2016:14). Im Hinblick auf das Aufkommen des Internets müssten auf der einen Seite das innovative Verhalten der Anbieter beachtet werden und auf der anderen Seite die Veränderung des Nachfrageverhaltens der Werbetreibenden sowie der Rezipienten und letzteres die Reaktionen der Akteure aus Medienpolitik und Regulierung (vgl. Seufert, 2016:149).

Seufert prognostiziert, dass eine komplette Migration ins Internet durch erhöhte Verkaufserlöse und einen Wegfall der Werbeeinnahmen durchaus denkbar ist. Die Zahlungsbereitschaft fällt jedoch bisher aus.

Seufert subsumiert jedoch, dass sich eine künftige Bedeutung der Institutionen Journalismus und Medien nicht ableiten lassen kann. Er sieht jedoch eine Möglichkeit darin, dass die bislang zentrale Bereitstellungsform „Markt“ abgelöst wird und den Teil der öffentlichen Finanzierung erhöht. Er verweist jedoch, dass hier eine Diskussion, über die von Journalismus und Medien erzeugten Kollektivgüter zentral wäre (vgl. Seufert, 2016:153).

3.6.3 Journalismuswandel (ökonomisch) institutionalistisch betrachtet

Laut Searle (2004:157) brechen Institutionen zusammen, sobald die Statusfunktion kollektiv nicht mehr anerkannt wird. Für North (2005:4) ist der Schlüssel zum Verständnis eines ökonomischen Institutionenwandels „the way beliefs are altered by feedback from changed perceived reality as a consequence of the policies enacted, the adaptive efficiency of the institutional matrix [...] and the limitations of changes in formal rules [...]“. (North, 2005:4) Er sieht folgendes Muster bei dem Wandel von Institutionen: „perceived reality → beliefs → institutions → policies → altered perceived reality – and so on.“ (North, 2005:4)

North sieht in „beliefs“, zu verstehen als individuelle Überzeugungen, sowie in „shared mental models“ und deren Wandel den Ansatzpunkt für den Wandel von Institutionen. Seine Überlegungen sind gedacht in einer wechselseitigen Bedingtheit von Struktur und Handeln, von Makro- und Mikroebene.

Institutionen befinden sich in verschiedenen Umgebungstypen und interagieren mit diesen (vgl. Kiefer, 2010:111). Weise (2006:223f.) differenziert die Umgebung in vier Umwelttypen: Zwei Typen werden als „ruhig“ beschrieben und eher traditionellen Gesellschaften zugeschrieben. Die anderen zwei zählt Weise zu den „unruhigen“ Typen und ordnet sie den modernen Gesellschaften zu. Beim Typ „reaktiv anthropogenen Umgebung“ reagieren Institutionen bzw. deren Akteure auf die unruhige Umwelt tendenziell mit Flexibilisierung, Dezentralisierung und Erweiterung der Handlungsmöglichkeiten. Betrachtet man den Typ „turbulent anthropogene Umgebung“ verändert die unruhige Umwelt die Handlungsbedingung von institutionellen Akteuren in einer nicht vorhersehbaren oder berechenbaren Weise (vgl. Kiefer, 2010:112).

Betrachtet man dies nun aus der Sicht des Journalismus, kann jedoch nicht gesagt werden in welchem aktuellen Umwelttyp er sich derzeit befindet. Fest steht allerdings, dass der Journalismus schon lange in einer unruhigen Handlungsumgebung agiert und mit dieser interagiert.

Besonderes einschneidend in der Diskussion über den Journalismuswandel ist die Veränderung der „anthropogenen Umwelt“ seit den 80er Jahren. Die Einführung der kommerziellen Variante, der Organisation der Medien Hörfunk und Fernsehen als wirtschaftlich orientierte Unternehmen im Gegensatz zum öffentlich – rechtlichen Modell, veränderte den Journalismus sowie journalistische Medien. Diese Turbulenzen sind durch technische Innovationen, allen voran die fast gänzlich unbeschränkte Zugänglichkeit des Internets intensiviert worden (vgl. Kiefer, 2010:112f).

„Journalismus, vielleicht auch nur die journalistische Berufsrolle und – Praxis, scheinen durch diese Entwicklungen in mehrfacher Hinsicht einem Wandel zu unterliegen.“ (Kiefer, 2010:113)

So sieht Blaes vor allem beim Rundfunk einen Rückgang der Arbeitsteilung durch digitale Redaktionssysteme. Das heißt, dass die Arbeitsfelder der einzelnen Mitarbeiter nicht mehr klar voneinander zu trennen sind. In Kombination mit der betriebswirtschaftlichen Effizienz werden die Grenzen zwischen Journalisten dadurch fließender (vgl. Blaes, 2004:282). Daraus resultiert die Frage „ob die gesellschaftliche Funktion des Journalismus durch diese Trends in einer veränderten Gesellschaft sichergestellt oder aber gefährdet wird“ (Loosen/ Scholl, 2002:140).

Neuberger verweist hier jedoch darauf, dass diese Entgrenzung lediglich ein Übergangsphänomen darstellt, welches zu neuen Grenzziehungen führt. Diese liegt im Eigeninteresse des Journalismus und deshalb ist beispielsweise eine neue Grenzziehung im Internet erkennbar (vgl. Neuberger, 2004a).

In der PKW wird oftmals nur der „produktiven“ Seite von Journalismus Beachtung geschenkt und nicht der „rezeptiven“ Seite, unter der die Sicht des Publikums verstanden wird. Wenn Journalismuswandel aus einer konstitutionenökonomischen Vorstellungen erklärt werden soll, ist es unumgänglich auf beiden Seiten weitere Differenzierungen hinzuzufügen. Denn erst bei solch einer multiperspektivischen Sicht kann gesehen werden ob sich die Statusfunktion von Journalismus als Institution einer demokratischen Gesellschaft verändert.

Ein Problem hier ist jedoch die bereits erwähnte ungenaue Definition des Begriffs Journalismus in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Dieser muss zuerst als institutionelles Regelsystem verbindlich definiert sein, um einen Wandlungsprozess feststellen zu können (vgl. Kiefer, 2010:115).

„Zentral für die Frage nach dem Journalismuswandel, ausgelöst durch Veränderungen und Turbulenzen seiner Umwelt, ist also die Abklärung eines Wandels von Verhaltensmustern bei den verschiedenen institutionellen Akteurgruppen, individuellen wie organisierten, produktivem wie rezeptiven.“ (Kiefer, 2019:117).

Zudem ist es wichtig vorerst die Gültigkeit der Statusfunktion Journalismus bei den verschiedenen Akteuren abzuklären. Ergänzend ist zu beachten, dass sich Wandlungsprozesse der „shared mental models“ bei den unterschiedlichen Akteursgruppen, mit verschiedenen Geschwindigkeiten ergeben.

Handitzsch (2007) legt einen Dimensionsversuch von Journalismus dar, der auch anregend für die Feststellung von Journalismuswandel sein kann. Er manifestiert die Ordnung des Journalismus auf drei Ebenen:

1. Als kognitive Schemata steuern sie Wahrnehmung und Deutung der Welt
2. Als evaluative Schemata steuern sie (professionelle) Bewertungen und Rollen(selbst)verständnis

3. Als performative Schemata steuern sie die (professionelle) Praxis (Handitzsch, 2007:374)

Wird davon ausgegangen, dass auf allen drei Ebenen die Wandlungsprozesse mit den verschiedenen Akteursgruppen unterschiedliche Geschwindigkeiten sowie Intensität aufweisen und das kombiniert mit Machtressourcen der Akteursgruppen, so ist nur ein langsamer, schrittweiser Wandel von Journalismus als Institution vorstellbar (Kiefer, 2010:118f.)

3.7 Institutionenwandel

Die Wechselbeziehung zwischen Institution und Organisation bestimmt den Wandel der Institutionen. Folgt man den Annahmen nach Küssner, so wandeln sich Institutionen sobald sie die Erwartungen der Individuen nicht mehr erfüllen. Das heißt, dass Institutionen entweder ihre Bedeutung verlieren oder Individuen dafür sorgen, dass „eine neue abgewandelte Institution, die ihr zugeordneten Erwartungen erfüllt“ (Küssner, 1995:11)

Nach North wandeln sich Institutionen nicht abrupt, sondern kontinuierlich (vgl. North 1992:7). Als Ursachen für eine Veränderung von Institutionen sieht er sich ändernde Preise und in Folge dessen auch die Modifizierung von Anreizen, Präferenzen und Geschmack.

Eine Hauptthese ist, dass „Institutionen durch Senkung des Preises, den wir für unsere Überzeugungen bezahlen, Ideen, Dogmen, Moden und Ideologien zu wichtigen Ursachen institutionellen Wandels werden lassen.“ (North, 1992:101)

Institutioneller Wandel basiert auf institutioneller Instabilität, aber kann auch auf Wachstum oder Schrumpfen der Wirtschaft zurückgeführt werden (Vgl. North 1992, S. 104). Kiefer hält fest, dass schwerwiegende Konflikte nicht in einem institutionellen System dauerhaft vorstellbar sind, sondern zu einem Wandel der Institutionen führen. Daher werden ineffiziente Institutionen im Laufe der Zeit ausgeschaltet und effiziente überleben (vgl. Kiefer, 2010:24). Kiefer betont des weiteren das der technischer Wandel mit institutionellem und organisatorischem Wandel in Zusammenhang steht (vgl. Kiefer, 2003:199). Das heißt: nicht Techniken, sondern Organisationen konkurrieren. Organisationen sind für den Institutionellen

Wandel entscheidend, denn sie „verändern in Verfolgung ihrer Ziele, ihres Organisationszwecks schrittweise die Institutionenordnung“ (Kiefer, 2003:199).

North beschreibt das Verhältnis von Organisation und Institution wie folgt: Durch Institutionen werden die Möglichkeiten einer Gesellschaft bestimmt und Organisationen werden geschaffen um diese Chance wahrzunehmen. Daraus folgt, dass sich Organisationen verändern und dadurch auch Institutionen (vgl. North, 1992:8).

3.8 Zwischenfazit

In der Sozialwissenschaft, insbesondere in der Kommunikationswissenschaft ist der Fokus auf Institutionen lückenhaft, jedoch gewinnen sie immer mehr an Bedeutung. Kiefer hat dies als Anreiz genommen, und versucht publizistische Fragestellungen mit Hilfe von institutionalistischen Ansätzen zu erklären. Sie startet einen Versuch mit interdisziplinären Ansätzen aus der Soziologie und der Ökonomie aufzuzeichnen, ob sich Medien und Journalismus als Institutionen begreifen lassen können.

In der Soziologie sowie der Ökonomie hat sich die Annahme durchgesetzt, dass sich Institutionen nicht als Regeln, sondern vielmehr als Regelsysteme begreifen lassen. Kiefer beschreibt jedoch auch, dass es weder die eine Institutionentheorie noch die eine Journalismustheorie gibt, sondern beide Begriffe vage sind. Kiefer versucht die Funktionen von Institutionen nach Göbel auf den Journalismus zu übertragen, demnach gehören Institutionen zwar zu einem festen Bestandteil der Gesellschaft, stoßen jedoch auf geregelte Ordnung, Spontanität und Stabilität. Des Weiteren sieht Kiefer es besonders reizvoll, das Institutionenkonzept nach Searle auf die Medien zu übertragen, da es eine Erklärung aus Sicht der Individuen ermöglicht.

In der Sozialwissenschaft zeigt der Begriff der Organisation, ebenso ähnlich wenig Klarheit wie jener der Institution. Die Begriffe der Organisation und Institution werden in der wissenschaftlichen Literatur oft in Verbindung gebracht, sind jedoch zu trennen. Jedoch ist anzumerken, dass sich die Begrifflichkeiten nicht partout trennen lassen, da der Journalismus als Institution nicht ohne seine Organisation betrachtet werden sollte. Kiefer verweist hierbei darauf, dass es wichtig ist die Medienorganisationsforschung voran zu treiben.

Die Verfassungsökonomik beschäftigt sich mit der Entstehung und Begründung formaler Institutionen. Die Analyse der Wahl von Verfahrensregeln und Institutionen, welche die Gesellschaft ordnen, ist ihre Aufgabe. Eine Erklärung für die Entstehung sowie den Wandel von Institutionen bietet die Evolutionsökonomik.

4 Journalismus und Medien als Institution

Marie Luise Kiefer geht in ihrer Schrift „*Journalismus und Medien als Institution*“ der Frage nach ob sich Journalismus und Medien sinnvoll als Institutionen begreifen lassen können. Dafür greift sie hauptsächlich auf institutionenökonomische Ansätze zurück und ergänzt diese mit soziologischen Sichtweisen. Ihr Beitrag kann als Grundlagenforschung in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft gesehen werden (vgl. Kiefer, 2010).

Im Folgenden sollen die Ansätze von Marie Luise Kiefer und ihr Verständnis von Journalismus und Medien als Institutionen dargestellt werden.

4.1 Medien als Institutionen nach Kiefer

In der Kommunikationswissenschaft ist der Ansatz Medien als ein System zu betrachten wenig umstritten. Der schon frühe Hinweis von Saxer, dass Medien aber auch als Institutionen begriffen werden können blieb weitgehend ohne große Resonanz. Kiefer versucht zu klären mit welchem Institutionenkonzept Medien und Journalismus sinnvoll erklärt werden können.

Zur Wiederholung was Göbel unter einer Institution versteht stellt sich nun die Frage, ob dies auf Medien übertragen werden kann (vgl. Kiefer, 2013:118).

Institutionen nach Göbel:

- „*Systeme von verhaltenssteuernden Regeln bzw. durch diese gesteuerte Handlungssysteme,*
- *die Problembereiche menschlicher Interaktionen gemäß einer Leitidee ordnen,*
- *die für längere Zeit und einen größeren Kreis von Menschen gelten*
- *und deren Beachtung auf unterschiedlicher Art und Weise durchgesetzt wird.*“
(Göbel, 2002: 3).

Wird anhand dieses Katalogs geprüft ob Medien als Institutionen gelten können, so fällt dies nach Kiefer positiv aus. Medien sind „ein Verhalten steuerndes Regelsystem für einen Bereich nicht direkter, aber kommunikativer Interaktion“ (Kiefer, 2013:120).

„Die Leitidee steht mit der gesellschaftlichen Gesamtordnung in engem Zusammenhang und ist in einer Demokratie eine andere als in einem totalitären System, wie die vier idealtypischen Institutionalisierungsmuster von Medien andeuten“ (Kiefer, 2013:120).

Medien als formale Organisationen sind von Seiten der Produktion dauerhaft gestellt und bieten eine tägliche Abrufbarkeit. Ebenso trifft der letzte Punkt von Göbel auf Medien zu, denn es gibt beispielsweise Mediengesetze die das Verhalten regeln (vgl. Kiefer, 2013:120).

Jedoch entsteht hier das Bedenken Medien nicht einheitlich als Institutionen betrachten zu können. Werden Medien als Institutionen nach dem Institutionenverständnis nach Searle versucht zu erklären, so bestärkt sich die Annahme, dass Medien durch ihre inhaltlichen Angebote differenziert werden müssen (vgl. Kiefer, 2010:121). Kiefer verdeutlicht diese Annahme am Beispiel Journalismus und journalistischer Medien.

Nach Searle sind die Merkmale von Institutionen folgende:

1. Das institutionelle Regelsystem ist konstitutiver und nicht nur regulativer Natur,
2. die Institution erfüllt allgemein anerkannte und akzeptierte Statusfunktion, diese Funktion ist,
3. der Institution bzw. ihrem materiellen Substrat nicht immanent, sondern beobachterabhängig und lässt sich nur dank kollektiver Zuweisung und Anerkennung erfüllen, und
4. mit dieser Statusfunktion ist die kollektive Zuweisung und Anerkennung von Macht verbunden, symbolischer und denotischer Macht (vgl. Searle 2005:1997 zit. n. Kiefer, 2013:121).

Wird nun versucht, Searles Merkmalskatalog auf Medien zu übertragen, wird deutlich, dass man ohne eine analytische Trennung von Journalismus und Medien nicht weiterkommen kann.

In dem institutionellen Arrangement genannt „journalistische Medien“ ist der Journalismus die fundamentale Institution. Journalistische Medien erlangen ihren institutionellen Charakter hingegen durch ihre Verknüpfung mit dieser Institution (Kiefer, 2013:121).

Kiefer begründet diese Thesen damit, dass Journalismus sich über ein Regelsystem konstituiert, welches, um gesellschaftlich wirksam zu werden, von dieser auch anerkannt werden muss, also eine Statusfunktion zugeschrieben bekommt, die sich durch das Regelsystem erfüllen lässt.

Laut Searle gilt folgende Formel für die institutionelle Struktur: X zählt als Y in Kontext K (vgl. Searle, 2005:10). Legt man diese Formel auf den Journalismus um so ist es wie folgt:

„Journalistische Aussagen = X im Kontext einer demokratischen Öffentlichkeit = K gelten als Wirklichkeitsbeschreibung und durch ihre spezifische Selektivität als Ausgangsbasis gesellschaftlicher Selbstverständigungsdiskurse = Y = Statusfunktion“
(Kiefer, 2013:122)

Die Leitidee dieser Statusfunktion in einer demokratischen Gesellschaft ist das Prinzip der Sicherung der Volkssouveränität.

Kiefer ist also der Meinung, dass Medien durch ihre Verbindung mit dem Journalismus als Institution selbst Institutionenstatus bekommen (vgl. Kiefer, 2013:123). Altmeppen sieht zwischen Medien und Journalismus eine gegenseitige Abhängigkeit. Journalismus braucht in der modernen Massengesellschaft Organisation und Finanzierung, zwei Grundfaktoren, die von den Medien bereitgestellt werden (vgl. Altmeppen, 2006:18).

Durch die gesellschaftlichen sowie medialen Entwicklungen bedarf es für die Institution Journalismus, sofern sie nicht untergehen sollte, neue Organisations- und Finanzierungsformen (vgl. Kiefer, 2011). Auf Kiefers Vorschläge zu einer künftigen Finanzierung von Journalismus wird in *Kapitel 6* eingegangen.

Journalistische Medien als Institution

Nach Kubicek lassen sich Medien erster und zweiter Ordnung unterscheiden. Unter Medien erster Ordnung werden inhaltsneutrale, technische Plattformen verstanden.

Erst bei Medien zweiter Ordnung haben institutionelle, organisatorische und zeichentheoretische Aspekte eine Bedeutung (vgl. Kubicek, 1997:220).

Unter journalistischen Medien werden Medien zweiter Ordnung verstanden und diesen, folgt man dem Prüfschema nach Searle, wird eine Statusfunktion zugewiesen (vgl. Kiefer, 2010:68).

Die Funktionen von Institutionen nach Göbel lassen sich im Sinne von Zielursachen auf Medien zuordnen. Als Beispiel führt Kiefer journalistische Medien mit ihrer Orientierung an aktueller Berichterstattung als Leitidee an.

Ordnungsfunktion

Medien reduzieren durch ihre Berichterstattung nach einem festgelegten und akzeptierten Muster die Komplexität der Umwelt.

Entlastungsfunktion

Die für den Medienrezipienten notwendige Information muss er sich nicht selbst einholen, sondern er bekommt sie durch die Medien schon selektiert zur Verfügung gestellt.

Motivationsfunktion

Medien motivieren das Verhalten der Menschen in Richtung Informationsaufnahme.

Koordinationsfunktion

Kooperation wird durch Informationen und einen einheitlichen Stand von Information begünstigt.

Kohäsionsfunktion

Medien können als Faktor der Vergemeinschaftung gesehen werden und tragen zu der Formung gemeinsamer Weltbilder bei.

Wertmaßstabsfunktion

Medien bringen Beurteilungsmaßstäbe mit sich, wie beispielsweise Aktualität.

Spezielle Funktionen

Eine Herrschaftsfunktion ist der privilegierte Zutritt von Medien zur Öffentlichkeit.

Abgeleitete Funktion

Der Zugang von Personen oder Themen in die mediale Öffentlichkeit ist durch die Gate-Keeping Funktion reguliert (vgl. Kiefer, 2010:28).

Kiefer weist jedoch darauf hin, dass nicht entschieden werden kann ob der Katalog dieser Funktionen erschöpfend ist. Die Multifunktionalität von Institutionen im Sinne möglicher Zielursachen ihrer Entstehung geht jedoch klar hervor, ebenso wie ihre gesellschaftliche Bedeutung.

Kiefer schließt daraus, dass journalistische Medien Institutionencharakter über die Verbindung mit dem Journalismus und dessen Statusfunktion bekommen. Es wird also ähnlich der Ebene der Organisation von einem Dependenzverhältnis gesprochen. Kiefer folgert daraus, dass journalistische Medien mit ihrer Berichterstattung Entscheidungs- und Verhaltensunsicherheit reduzieren und sich als Institution begreifen lassen können (vgl. Kiefer, 2010:68f.).

4.2 Medien als Institutionen nach Jarren

Otfried Jarren will in seinem Beitrag „*Medien als Institutionen: Medien oder Journalismus als Institution?*“ darauf eingehen, ob Journalismus sich tatsächlich als eigenständige Institution begreifen lassen kann. Er stimmt Kiefer ohne Zweifel zu, dass traditionelle Medien Institutionen sind, da sie soziales Handeln ermöglichen und zur sozialen Ordnung der Gesellschaft beitragen. Traditionelle Massenmedien setzen Regeln und steuern Erwartungen und schaffen dadurch eine soziale Ordnung. Gegenwärtig sind jedoch neben den traditionellen Massenmedien neue Organisationen aufgekommen, welche zusammengefasst als *Social Media* zu verstehen sind. Ob diese nun ebenso als Institutionen zu begreifen sind ist noch offen, denn es handelt sich hierbei zwar um Organisationen, welche jedoch nicht im Feld der klassischen Medien entstanden sind, sondern sich neu etabliert haben.

Jarren behauptet, dass diese Neuen Medien nicht über die wesentlichen Institutionalisierungsmerkmale der Massenmedien verfügen. Denn sie haben nicht die für Medien fundamentale Institution Journalismus und weisen daher kein institutionelles Arrangement auf, welches sie zu einer Institution werden lassen (vgl. Jarren, 2016:36).

Auf den ersten Blick können Massenmedien als Institution begriffen werden, jedoch ist darauf hinzuweisen, dass sich Medien bezüglich ihres Leistungsvermögens, hinsichtlich ihrer technischen Eigenschaften sowie ihrer Publikumsnorm unterscheiden (vgl. Jarren, 2016:36f.). In dieser Diskussion werden jene Medien als Massenmedien bezeichnet, die einen mehr oder minder ausgeprägten journalistischen Anspruch verfolgen, für die journalistische Leistung wesentlich ist. Nach Jarren wird in Kiefers Arbeiten, in denen sie dem Journalismus die zentrale institutionelle Position zuschreibt, die Relevanz der Medienorganisation zu wenig beachtet. Denn diese gibt dem Journalismus erst den Rahmen vor (vgl. Jarren, 2016:40). Er sieht in den Medienorganisationen, bezogen auf den Journalismus und dem journalistischen Leistungsprofil daher eine prägende Funktion.

So sieht Jarren eine wichtige Unterscheidung in Massenmedien wie Presse, Radio und Fernsehen und dem Internet und daher auch den *Social Media* Anbietern. Denn bei ersteren handelt es sich um Organisationen mit einer Zwecksetzung, in der professionelle Rollenträger handeln, welche bewusst geschaffen worden sind. Jarren sieht in den Medienorganisationen die Besonderheit, dass sie sich neben allen geschäftlichen Belangen auch „als gesellschaftliche Vermittler, als Intermediäre mit einem öffentlichen Mandat“ begreifen lassen können. Zum einen verfolgen sie ökonomische Ziele und zum andern müssen sie diese aber klar von den journalistischen Zielen trennen. Jarren erkennt zwar die Schwierigkeit bei dieser Trennung, sieht in ihr aber ein konstitutives Element in der Publizistik. Denn nur so kann Vertrauen aufgebaut werden und eine Zahlungsbereitschaft sichergestellt werden (vgl. Jarren, 2016:42f.).

So folgert Jarren, dass „die journalistische Leistung in Verbindung mit der spezifischen (massen-)medialen Organisation den Institutionentyp bestimmt“ (Jarren, 2016:46).

Er sieht die Regelsetzung der Massenmedien der Gesellschaft insbesondere durch Synchronisation, Taktgebung, Selektion, Nachrichtensystem und Nachrichtenwerte, Nachrichtensystem und Koorientierung, Formatierung und Meta-Kommunikation (vgl. Jarren, 2016:46f.).

Zusammenfassend manifestiert Jarren, dass Medien und der Journalismus eine institutionelle Einheit bilden. Der Journalismus selbst ist in der Regel organisatorisch in Form einer Redaktion auf Dauer gestellt, sofern er seine Selektionsleistung dauerhaft erbringen will. Er braucht aber um seine Leistung zu verteilen und zu vervielfältigen eine organisationale Struktur durch die ihm dies ermöglicht werden kann.

Der Journalismus ist jedoch auch darauf angewiesen, dass die Medienorganisation ihm ein Arbeitsprogramm definiert, welches durch Vorgaben von Personal, Ressourcen und der Zielerreichung der Organisation entschieden wird. Er sieht daher mehr als nur ein Interdependenzverhältnis zwischen Journalismus und Medienorganisationen.

Laut Jarren strukturiert also die Medienorganisation maßgeblich die Form des Journalismus. Zusätzlich macht Kiefer deutlich, dass die Rollenbilder des Journalismus sich stark verändert haben, jedoch bleibt der Zweifel „ob der Journalismus ein institutionelles Regelsystem von konstitutiver Natur ausbilden kann“ (Jarren, 2016:55). Die Nachrichtenwerte und Selektionsentscheidungen im Journalismus sind ohne Zweifel zentral für den Journalismus, jedoch ist die Auswahl und Darstellung der Information nur ein Teil des Journalismus (vgl. Jarren, 2016:55). Denn die „Selektion wie Aufbereitung erfolgen im Rahmen von medienorganisationalen Vorgaben wie Medientyp, Erscheinungsweise, Vorhandensein von Formaten u.a.m.“ (Jarren, 2016:55).

Von Wichtigkeit sieht Jarren auch das Problem, dass sich der Journalismus bislang noch nicht eigenständig und selbstständig etablieren konnte. Die publizistische Produktion sei ebenso nicht nur auf die journalistische Leistung begrenzt, sondern bietet neben aktuellem Geschehen viele weitere Angebote.

Er argumentiert auch gegen die Annahme, dass der Journalismus als eine fundamentalere Institution als die Medienorganisation gilt, unter der Begründung der sozialen Position von Journalisten in der Gesellschaft. Denn der Journalismus hat noch keinen eigenständigen Berufsstatus erreichen können, aus dessen Position eigene Regeln und Forderungen abgeleitet werden könnten. Es kommen zudem auch Konkurrenzverhältnisse hinzu, die dem Einzelnen der Gesellschaft Wissen und Beratung anbieten wie das Internet und die Suchmaschinen. Es wäre also zuerst sinnvoll, klar zu definieren wer zum Journalismus gehört und wer nicht und welche Handlungspraktiken Gültigkeit haben.

Es wird deutlich, dass Vertreter der Medienorganisationen im beruflichen Bereich einen Einfluss auf den Journalismus ausüben und dies bringt die Frage mit sich, ob der Journalismus aufgrund seiner Statusfunktion eine fundierte und gesellschaftlich anerkannte Macht besitzt (vgl. Jarren, 2016:56f).

Jarren kritisiert Kiefers Annahme, dass aufgrund der Medienfinanzierungskrise neue Möglichkeiten auf den Journalismus zukommen und erachtet hier noch eine stärkere empirische Beobachtung als notwendig. Ebenso sieht er in dem Verhältnis von Medien und Journalismus noch Aufklärungsbedarf. Insbesondere, da Kiefers Verständnis von Medien den *Social Media* Anbietern zu wenig Beachtung schenkt (vgl. ebd. 56f.).

„Ob und welche Onlinemedien als Institutionen aufzufassen sind und was deren Institutionenbildung für die gesamtgesellschaftliche Kommunikation bedeutet, das ist eben nicht nur noch eine empirisch offene, sondern vor allem auch eine (institutionen- wie organisationstheoretisch) zu bearbeitende Frage“ (Jarren, 2016:57).

4.3 Journalismus als Institution nach Kiefer

Wie schon anfangs dargestellt, zeigt sich in der PKW keine allzu große Klarheit über den Begriff Journalismus. Es herrscht weitgehend die Annahme des Journalismus als „zentrales Leistungssystem der Öffentlichkeit“ (Jarren, 1998:666) einer Gesellschaft zu verstehen sei.

Kiefer versucht nun ob es möglich ist Journalismus sinnvoll als Institution begreifen zu können.

Sie geht dem Schema der institutionellen Merkmale nach Searle nach und behauptet alle seine Voraussetzung für eine Institution mit ja beantworten zu können.

Prüfschema für den Journalismus nach Searle

Demnach sieht sie die erste Frage nach den konstitutiven Regeln klar mit ja zu beantworten, denn nur wer nach journalistischen Regeln handelt, agiert im gesellschaftlichen System Journalismus, welches wiederum nur über ein konstituierendes Regelsystem begreifbar ist.

Ebenso setzen auch Journalisten als soziale Akteure dieses Regelwerk voraus, denn sie können sich erst durch die Orientierung daran als soziale Akteure begründen (vgl. Kiefer, 2010:40).

Nach Searle entsteht wie schon erwähnt diese Legitimation aber erst durch die Statusfunktion des Journalismus, also die kollektive Anerkennung des Regelsystems.

Obgleich die Funktion von Journalismus in der Gesellschaft umstritten ist, gilt die Annahme, dass ein Konsens zwischen den Kommunikationspartnern darüber was Journalismus ist bzw. was er leisten soll herrscht.

Es ist jedoch anzumerken, dass hierfür eine Analyse ausschließlich in Deutschland gemacht wurde und eine auf Österreich bezogene Befragung noch ausbleibt (vgl. Kiefer, 2010:41).

Die Funktionen von Journalismus umschreiben laut Kiefer eine Statusfunktion nach der Definition von Searle, „die nur beobachterabhängig und nur durch kollektive Zuweisung und kollektive Akzeptanz erfüllt werden kann“ (Kiefer, 2010:41). Es kann also gesagt werden, dass Journalismus als „kollektiv akzeptiertes Mittel der Reduktion von gesellschaftlicher Komplexität“ angesehen wird (Kiefer, 2010:41).

Als letzten Punkt bejaht Kiefer auch die Annahmen, dass mit der Statusfunktion von Journalismus auch eine denotische Macht verbunden ist. Dem journalistischen Akteur werden durch die institutionelle Verankerung Rechte und Pflichten übertragen.

Diese Rechte und Pflichten gelten auch seitens der Kommunikationspartner. Denn es herrscht eine gesellschaftliche Vorstellung über die staatsbürgerlichen Pflichten bezüglich Information und Meinungsbildung (vgl. Kiefer, 2010:41).

Zusammenfassend kann laut Kiefer also gesagt werden, dass dem Journalismus nach dem Searle'schen Prüfschema eine Statusfunktion zugewiesen werden kann. Für eine vollkommene Qualifizierung für den Journalismus als Institution muss aber noch über die allgemeingültige Repräsentation seiner Statusfunktion nachgedacht werden (vgl. Kiefer, 2010:41).

Journalismus und Öffentlichkeit

Wird der Journalismus als Institution begriffen, kommt die Frage auf, für welchen gesellschaftlichen Bereich diese institutionellen Regelsysteme funktional sind.

Wie begründet Kiefer die These, dass „Journalismus die zentrale institutionelle Struktur von Öffentlichkeit in Demokratien“ ist? (Kiefer, 2010:47).

Sie arbeitet folgende Argumente zur Erklärung ihrer Annahme heraus:

1. Journalismus gilt als Beratungsfunktion für das Volk. Er hat die Aufgabe, eine Meinungsbildung zu ermöglichen, ausgerichtet auf das gemeinsame Interesse und unterstützt dadurch die staatsbürgerliche Funktionalität (vgl. Kiefer, 2010:49).

„Journalismus als Institution soll, wenn auch prozedural und kommunikativ verflüssigt, auch unter den Bedingungen der modernen Massendemokratie Volkssouveränität ermöglichen und sichern. Das ist der normative Kern seiner Statusfunktion“ (Kiefer, 2010:49).

2. Journalismus ist als ein zentraler institutioneller Akteur der Öffentlichkeit zu betrachten, da die Rezipienten nur eine eingeschränkte Aufmerksamkeit und Rezeptionsbereitschaft aufweisen und der Journalismus dafür sorgt, nur das „kollektiv Relevante“ (Kiefer, 2010:50) bereitzustellen. Neben seiner Aufgabe zur Reduzierung von Komplexität darf auch die Komplexitätsverdeutlichung nicht vergessen werden.

Kiefer folgert, dass sich der Journalismus aus institutionentheoretischer Sicht als die fundamentale Institution erweist und Medien durch ihre Verknüpfung damit Institutionenstatus gewinnen. Daneben ist der Journalismus wie alle Institutionen über ein Regelsystem konstituiert und Journalisten bekommen einen Akteurstatus nur über die Einbettung in dieses System, welches zudem auch die grundlegenden Ziele beeinflusst. Außerdem ist der Journalismus ein kollektiv akzeptiertes Mittel zur Redaktion gesellschaftlicher Komplexität und hat eine medienunabhängige spezifische Statusfunktion, welche den Institutionenstatus erst begründet.

Der normative Kern dieser Statusfunktion ist die Gewährleistung des für Demokratien zentralen Prinzips der Volkssouveränität (vgl. Kiefer, 2010:211).

„Da dem Journalismus als Institution die Beschreibung der aktuellen gesellschaftlichen Wirklichkeit unter der Perspektive obliegt, die Freiheits- und Entscheidungsfähigkeit der Bürgers als Demos der Demokratie sicherzustellen, ist seine institutionelle Macht besonders groß, aber auch missbrauchsgefährdet durch journalistische wie außerjournalistische Akteure“ (Kiefer, 2010:211).

Wird sich auf die institutionellen Annahmen gestützt, erlauben diese neue Einsichten in dem Zusammenspiel von Institution und Organisation bei journalistischen Medien.

Kiefer fasst ihre Annahmen zu einem Beschluss zusammen, welcher lautet: „institution matters“, und das nicht nur in der Soziologie und Ökonomie, sondern auch in der PKW (vgl. Kiefer, 2010:214).

4.4 Journalismus als Institution nach Neuburger

Neuburger beklagt in seinem Beitrag „Journalismus als Institution“, dass sich die Journalismusforschung auf viele anderen Theorien stützt, im Besonderen auf jene der Soziologie. Theorien bekommen erst einen Mehrwert sofern sie mit anderen verglichen werden, was bislang ausblieb. Daher ist die Herausforderung einer neuen Theorie, dass sie in Bezug zu anderen Theorien gebracht werden muss. Besonders institutionalistische Theorien haben sich in der deutschsprachigen Journalismusforschung kaum durchgesetzt. Daher leistet Marie-Luise Kiefer einen wichtigen Beitrag zu deren Etablierung (vgl. Neuburger, 2016: 63f). Neuburger sieht die Schwierigkeit bei der Institutionentheorie darin, dass es keinen Klassiker gibt, sondern eine Vielzahl institutionentheoretischer Ansätze aus der Soziologie, Politikwissenschaft, Ökonomie und Philosophie.

In der Journalismusforschung hat sich vor allem der Neo-Institutionalismus durchgesetzt sowie die Institutionenökonomik. Kiefer bezieht sich in ihrer Arbeit auf die Institutionenökonomik und die Theorie institutioneller Tatsachen nach Searle. Kiefers Ansätze werden von Neuburger aufgegriffen und weiterentwickelt.

Der Neo- Institutionalismus ist keine geschlossene Theorie, aber hat drei Kerngedanken hat:

- Institutionen besitzen keinen Zwangscharakter, d.h. sie bestimmen nicht das Handeln
- Die Legitimität hat mehr Relevanz als Rationalität und Effizienz
- Der Neo-Institutionalismus betont, dass Institutionen Erwartungssicherheit schaffen und Unsicherheiten reduzieren (vgl. Neuberger, 2016:64f).

Neuberger beschäftigt sich damit, wie sich institutionentheoretische Überlegungen auf den Journalismus und die Öffentlichkeit übertragen lassen können. Im Mittelpunkt der Diskussion soll das Internet stehen, welches Kiefer bislang als das „Unbekannte“ bezeichnet hat. Sie hat die Frage aufgeworfen inwiefern sich dadurch der Journalismus als Institution wandelt (vgl. Neuberger, 2016:68).

Er beschäftigt sich zuerst mit der Frage, was Journalismus und Öffentlichkeit zur Legitimation und Unsicherheit beitragen, welche im Mittelpunkt der neo-institutionalistischen Überlegungen stehen.

Betrachtet man die Öffentlichkeit in einer demokratischen Gesellschaft, so werden Institutionen nicht einfach akzeptiert, sondern sie müssen sich Kritik stellen und ihre Geltung rechtfertigen. Mit dem Wandel der Öffentlichkeit ändert sich auch der Legitimationserwerb. Journalismus ist ein Modus, der einer Selbstbeschreibung der Gesellschaft dient und so Unsicherheit produziert oder absorbiert. Neuberger resultiert, dass die Unsicherheit der öffentlichen Kommunikation durch das Internet zunimmt (vgl. Neuberger, 68f.).

Weiteres betrachtet er, wie Kiefer den Journalismus selbst als eine Institution beschreibt. Die Legitimität ergibt sich aus der für die Demokratie notwendigen Statusfunktion. Aus neo – institutionalistischer Sicht reduziert journalistisches Handeln Unsicherheiten durch angemessen definierte Routinen und Praktiken (vgl. Neuberger, 2016:71f).

Technologische Umbrüche zählen zu den Anlässen, durch die professionelle journalistische Routine in Frage gestellt werden kann. So sieht Neuberger klar, dass das Internet zu einer enormen Verunsicherung des Journalismus geführt hat. Im Prozess der Institutionalisierung bilden sich Regeln für den Umgang mit dem Internet heraus. Hierfür muss geklärt werden, welche technischen Möglichkeiten journalistisch sinnvoll gebraucht werden können, um die Statusfunktion in der Gesellschaft zu erfüllen. Jedoch fehlen hierfür noch feste Regeln, weshalb das Beobachten und Imitieren der Konkurrenz dominiert.

Der Journalismus kämpft für die Sicherstellung der Autonomie gegen Public Relations und Einflussversuche aus Politik und Wirtschaft. Mit dem Aufkommen des Internets stellt sich ergänzend die Frage, wie viel Kontrolle der Journalist über seinen Inhalt haben darf. Denn mit der Aufkommenden Lügenpresse-debatte wird die Legitimität des professionellen Journalismus immer mehr in Frage gestellt (vgl. Neuberger, 2016:74f).

Der Neo-Institutionalismus rückt zwei Aspekte in den Vordergrund, die bislang wenig Beachtung bekommen haben. Er grenzt sich von der handlungstheoretischen Sichtweise, sowie von der systemtheoretischen ab, denn Institutionen vermitteln als „analytisch Sperriges in der Mitte“ (Schimank, 2007a:222) zwischen Akteur und System.

Die zweite Stärke liegt darin, dass die Institutionentheorie den institutionellen Wandel von Journalismus zu erklären versucht. Neuberger sieht noch großes Potential in der Theorie, welches bei weitem noch nicht ausgeschöpft ist (vgl. Neuberger, 2016:75f).

4.5 Zwischenfazit

Marie Luise Kiefer beschäftigt sich mit Frage ob sich Journalismus und Medien sinnvoll als Institutionen begreifen lassen können. Hierfür greift sie hauptsächlich auf institutionenökonomische Ansätze zurück und ergänzt diese mit soziologischen Sichtweisen. Ihre Arbeit ist als Grundlagenforschung in der Kommunikationswissenschaft anzusehen.

Folgt man Kiefers Ansatz, so kann dem Journalismus nach dem Prüfschema von Searle eine Statusfunktion zugewiesen werden. Die Legitimität dafür ergibt sich aus der Demokratie notwendigen Statusfunktion von Journalismus. Außerdem manifestiert sie, dass Medien durch deren Verbindung mit dem Journalismus als Institution selbst einen Institutionenstatus bekommen.

5 Medienökonomie

Kiefer sieht eine dringend notwendige Entwicklung neuer Organisations- und Finanzierungsformen für die Institution Journalismus. Sie weist darauf hin, dass dies einer besonders wichtigen Analyse bedarf, insbesondere hervorgerufen durch gesellschaftliche sowie technische Entwicklungen.

Bevor der Vorschlag einer künftigen Finanzierung nach Kiefer diskutiert werden soll, wird zuerst ein Einblick in die derzeitigen Finanzierungssysteme von Medien gegeben.

Die Medienökonomie ist bislang keine wohlverdiente Teildisziplin der PKW. Fragen zur Ökonomie der Medien werden vergleichsweise eher gering beachtet. (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:41). Die Organisation von Medien als erwerbswirtschaftliche Unternehmen stellt aus einer wirtschaftswissenschaftlichen Perspektive eine sehr große Herausforderung dar (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:15). Aber die Möglichkeit dauerhaft professionellen Journalismus zu leisten erfordert Geld, was zu einer Verknüpfung der Ökonomie mit der Publizistikwissenschaft geführt hat (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:17).

Medien sind, bis auf die europäische Ausnahme eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks, traditionelle Domäne privater Wirtschaftsunternehmen. Das heißt, Medienprodukte werden auf Märkten bereitgestellt, um damit Gewinn zu erwirtschaften. Die Frage, was diese Form der Organisation für die institutionalisierte gesellschaftliche Leistung bedeutet, ist bis heute in der Kommunikationswissenschaft noch weitgehend unbeantwortet. (vgl. Kiefer / Steininger, 2014: 16).

5.1 Ökonomisierung des Mediensystems

Als zentral für den Medienwandel werden oft ökonomisch determinierte Prozesse gesehen. Darunter werden das intermediäre Verhältnis von Medien, das Verhältnis von Medien zur Politik und zur Wirtschaft sowie die Internationalisierung und Konzentration verstanden (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:22).

In der Kommunikationswissenschaft gibt es zahlreiche Umschreibungen zu dem Phänomen der Ökonomisierung von Medien, aber dennoch herrscht keine verbindliche Definition davon (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:22). Folgt man Altmeppen so stellt dies einen Prozess dar, „bei dem zunehmend die ökonomischen Regeln kapitalistischer Gesellschaften auch für Medienorganisationen gelten und bei dem medialen Handeln weitgehend von ökonomischen Kalkülen geprägt wird“ (Altmeppen, 2006b:208).

Bei allen Medien ist der Grad der Ökonomisierung in den letzten Jahren stark gestiegen und Medienprodukte werden zunehmend als Waren und Dienstleistung gesehen (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:24).

Heinrich unterscheidet vier Ebenen einer Ökonomisierung, welche durch gegenseitige Abhängigkeiten geprägt sind:

1. Die Ebene des *Individuums*: Ethiken, welche nur schwer mit der ökonomischen Kosten – Nutzen Analyse im Einklang stehen. Als Beispiel wäre hier der Wandel der journalistischen Ethik von der Orientierung an der öffentlichen Aufgabe zu einem Unterhaltungs- und Gebrauchswertjournalismus, aufgrund besserer Karrieremöglichkeiten, zu nennen.
2. Die Ebene der *Unternehmung*: Die Strategien der Unternehmen sind allokative Effizienz, also eine Anpassung des Produkts an den Rezipienten und an die Werbewirtschaft.
3. Die Ebene des *Marktes*: Die Ökonomisierung macht sich unter Konzentration, Imitationsprozesse und durch stärkere Zusammenarbeit mit der Werbewirtschaft bemerkbar.
4. Die Ebene der *Politik*: Eine Deregulierung sowie eine Privatisierung und die Veränderung des Medienrechts zugunsten der Ökonomisierung ist erkennbar (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:25).

5.2 Medien als ökonomische Güter

Die Frage ob Medien sich als ökonomische Güter begreifen lassen können, kann sich laut Kiefer und Steininger (2014) zweifelsfrei mit „Ja“ beantworten lassen. Ein Gut im ökonomischen Sinn soll folgende drei Kriterien erfüllen, welche ebenso auf Medien angewandt werden können.

1. Sie müssen direkt oder indirekt der Bedürfnisbefriedigung dienen und dazu einen Nutzen stiften
2. sie müssen auf eine Nachfrage treffen und
3. sie müssen knapp sein, also einen Preis erzielen (Kiefer/Steininger, 2014:129).

Als Hauptgegenstand der ökonomischen Wissenschaften steht die Knappheit der Güter, die auf die Unersättlichkeit der Menschen zurückzuführen ist. Die Knappheit im ökonomischen Sinn ist aber immer relativ zu betrachten, denn es wird nie ein absoluter Mangelzustand darunter verstanden (vgl. Kiefer/Steininger, 2014:130f.).

Werden Güter aus Sicht der Institutionenökonomie betrachtet, sind sie die „Relationen als physikalische Ressourceneigenschaft“. Sie werden nicht mehr über ihre immateriellen oder materiellen Eigenschaften charakterisiert, sondern das Interesse an ihnen kommt über die Verfügungsrechte und Handlungsspielräume der Akteure unter Voraussetzung eines gemeinsamen Wissenshintergrundes zustande. Folglich ist es wichtig zu bedenken, dass Güter nicht rein physikalisch betrachtet werden, sondern primär gesellschaftlich definiert sind (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:130).

Um sich mit Medien als ökonomischer Güter zu beschäftigen muss zuerst geklärt werden um welches Gut es sich hierbei handelt. Die ökonomische Theorie beschäftigt sich aber nicht mit allen Gütern, die der menschlichen Bedürfnisbefriedigung dienen, sondern nur mit jenen mit denen auf Märkten gehandelt wird. Sie unterscheidet Güter nach verschiedenen Dimensionen, welche folgend zusammengefasst werden und aus Sicht der Medien als ökonomisches Gut veranschaulicht werden. (vgl. Kiefer/Steininger, 2014:130f.).

Sachgüter und Dienstleistung

Zum einen wird bezüglich der Materialität der Güter differenziert. Es lassen sich Sachgüter und Dienstleistungen unterscheiden, also materielle und immaterielle Güter.

Dienstleistungen lassen sich angelehnt an Malerei als „immaterielle Wirtschaftsgüter, die unter Einsatz externer Produktionsfaktoren für den fremden Bedarf produziert werden“ verstehen. (Malerei 2001: 128 zit.n. Kiefer/Steininger, 2014: 131) Sie werden als konsumorientierte Leistungen betrachtet. Dies soll aber nicht heißen, dass alle immateriellen Güter zugleich Dienstleistungen sind, wie beispielsweise Markennamen oder Rechte. Kriterien für immaterielle Güter sind zudem Synchronität und Intergrativität.

Während ein Sachgut unabhängig vom Konsumenten produziert werden kann, ist bei einer Dienstleistung die Beteiligung des Konsumenten erforderlich. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass nicht immer trennscharf zwischen Dienstleistungen und Sachgütern, sowie materiellen und immateriellen Gütern unterschieden werden kann (vgl. Kiefer / Steininger, 2014: 133).

Der Dienstleistungsprozess besteht aus zwei Phasen. Die erste umfasst die Produktion der Leistungsbereitschaft des Dienstleistungsanbieters durch Einsatz und Kombination seiner internen Produktionsfaktoren. Die zweite Phase beinhaltet die Endproduktion der Dienstleistung durch Hinzufügen der externen Produktionsfaktoren des Dienstleistungsnachfragers (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:132).

Wird nun versucht Medien diesen zuzuordnen, dann sind Medienangebote überwiegend im Bereich der immateriellen Güter mit Dienstleistungscharakter zu finden. Als Beispiel ist das Fernsehen zu nennen, welches diese Annahme verdeutlicht.

Hier stellt der Produzent des Medienangebots die Produktionsfaktoren wie das inhaltliche Angebot sowie die technischen Voraussetzungen für die Übertragung zu Verfügung. Zugleich muss der Rezipient eigene Produktionsfaktoren wie Aufmerksamkeit, Zeit und Bereitschaft bereitstellen, um das Fernsehgerät einzuschalten. Der Dienstleistungsprozess ist zweiphasig, indem beide Seiten, also der Kommunikator sowie der Rezipient an der Erbringung der Dienstleistung erforderlich sind (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:148f.).

Verbundene und unverbundene Güter

Eine weitere besonders für die Medien relevante Differenzierung, ist der Grad der Verbundenheit von Gütern, die auf Angebots- und Nachfrageseite bestehen kann. Verbundene Güter sind voneinander abhängig oder beeinflussen sich gegenseitig. Sie können sich entweder komplementär oder substitutiv zueinander verhalten, also sich ergänzen oder sich verdrängen. Daneben gibt es unverbundene Güter, wie beispielsweise Brot oder ein Auto. Auf der Angebotsseite werden verbundene Güter auch Kuppelprodukte genannt, unter denen Ökonomen jene Güter verstehen, welche ausschließlich technologisch definiert sind. (vgl. Kiefer / Steininger, 2014: 134).

Auch Medien stellen verbundene Güter dar. Auf der Angebotsseite wird das Medium als Kuppelprodukt verstanden, sofern es sich teilweise durch Werbung finanziert. Das heißt: Ein Kuppelprodukt aus redaktionellem Teil und einem Anzeigenteil. Medieninhalte können auch Kuppelprodukte aus öffentlichen und meritorischen Gütern einerseits und selektiven Anreizen auf der anderen Seite sein. Darüber hinaus sind Medien auch ein Kuppelprodukt aus dem immateriellen Medieninhalt und dessen materiellen Träger (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:162).

Die Verbundenheit auf der Seite der Nachfrage hat für die PKW auch ohne Medienökonomie Daueraktualität. Die Diskussion ob ein neues Medium ein altes verdrängt ist bis heute nicht abschließend geklärt. Es kann jedoch gesagt werden, dass Substitutionsprozesse beim einzelnen Verbraucher jedenfalls nicht nur denkbar, sondern auch wahrscheinlich sind. Hier handelt es sich jedoch eher um technische Produktionsinnovationen, als um die Veränderung der Medieninhalte (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:152).

Marktfähigkeit ökonomischer Güter

Güter werden außerdem aufgrund ihrer Marktfähigkeit unterschieden, also ob sie problemlos auf dem Markt hergestellt werden können oder nicht. Differenziert wird hier zwischen öffentlichen und privaten Gütern, welche sich durch zwei Aspekte unterscheiden: Ausschlussprinzip und Konsumrivalität. Ersteres bedeutet, dass jemand vom Konsum eines Gutes ausgeschlossen werden kann, sofern er nicht bereit ist dafür zu zahlen. Unter Konsumrivalität wird verstanden, dass, sobald ein Gut von einem Konsumenten verbraucht wird, es niemandem mehr zur Verfügung steht. Sind beide Kriterien erfüllt wird von privaten Gütern gesprochen, welche als voll marktfähig gelten.

Sind diese Kriterien nicht gegeben, wird von einem öffentlichen Gut oder einem Kollektivgut gesprochen. Diese sind nicht marktfähig. Es können alle Staatsbürger das Gut nutzen, es ist unteilbar und keiner kann ausgeschlossen werden. (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:147). Die Existenz dieser öffentlichen Güter bringt jedoch einige Fragen mit sich, welche sich nicht ökonomisch, sondern gesellschaftlich lösen lassen.

Medieninhalte sind öffentliche Güter, sie erfüllen das Kriterium der Nichtrivalität des Konsums in Hinblick auf ihre Inhalte. Ein Fernsehprogramm kann beispielsweise von vielen Menschen gesehen werden und wird nicht verbraucht. Medien können zu einem Club- oder Mautgut werden, wenn der Ausschluss zahlungsunwilliger Freerider nicht vollständig gelingt und Eigentumsrechte mit dem Kauf nur an der Kopie, nicht aber am Inhalt erworben werden. Auch die Möglichkeit den Nutzer zur Zahlung eines Preises zu veranlassen, wandelt ein öffentliches Gut nicht in ein privates um (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:153).

Das Problem der nicht oder nur begrenzt marktfähigen öffentlichen Güter ist ein zentrales Feld der Finanzwissenschaft und der politischen Ökonomie. Olsen sieht nur zwei Möglichkeiten zur Sicherung eines öffentlichen Gutes. Einerseits die zwangsweisen Beiträge von Gruppenmitgliedern an die produzierende Organisation, wie den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Oder andererseits „Überwindung der Freerider-Position durch besondere und selektive Anreize, die in die individuellen Kosten-Nutzen-Kalküle der potenziellen Freerider eingehen“ (Kiefer / Steininger, 2014:158).

Suboptimale Marktergebnisse, wenn nicht Marktversagen, werden auch bei Gütern mit externen Effekten und bei meritorischen Gütern erwartet. Hier werden regulierende Staatseingriffe ebenfalls für erforderlich gehalten, zumindest eine Prüfung alternativer Bereitstellungsarrangements (vgl. Kiefer/ Steininger, 2014:146).

Meritorische Güter

Das meritorische Gut spielt in Bezug auf die Medien eine wichtige Rolle. Die Meritorik versteht, dass die Produktion sowie der Konsum des Gutes sozial erwünscht ist, beispielsweise Bildung oder Gesundheit (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:139).

Eine für den Medienbereich darüber hinaus wichtige Differenzierung von Gütern ist die Unterscheidung zwischen Inspektionsgut, Erfahrungsgut oder Vertrauensgut. Das heißt, ob die Qualität des Gutes vom Konsumenten direkt wahrgenommen wird, ob diese erst durch die Erfahrung sichtbar wird oder ob die Qualität des Gutes für den durchschnittlichen Konsument nicht berechenbar ist (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:141).

Die journalistische Leistung wird dem meritorischen Gut zugeordnet. Erbringen Menschen die meritorische Leistung, heißt das, dass sie sich mit ihrer Leistung an sozial normierten Zielen orientieren und nicht an den individuellen Konsumentenpräferenzen. Es kann hier von einem Forumsbereich der Medien gesprochen werden, der kollektiv organisiert und finanziert werden sollte, da privatwirtschaftlich organisierte Medien die meritorischen Erwartungen nicht erbringen können (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:153).

Netzeffekte

Mit dem Kriterium der Marktfähigkeit stellt sich oft die Frage ob Güter in Netzzusammenhängen stehen und wie ihre Nutzerbewertungen durch die Nachfrage dadurch beeinflusst wird. Mit Netzeffekten ist gemeint, dass der Nutzen eines Mediums ansteigt je mehr Personen es verwenden. Als Beispiel ist hier das Telefon zu nennen, denn eine einzelne Person kann damit noch nicht viel anfangen, aber umso mehr Personen es nutzen desto höher ist der Wert des Telefons. (vgl. von Rimscha/Siegert 2015:53f.).

Es werden zwei Netzeffekte unterschieden (vgl. Kiefer/Steininger 2014:143f., 159):

- Direkte Netzeffekte treten auf, wenn sich die Zahl der Nutzer direkt auf den Wert bzw. Nutzen eines Netzwerkes auswirkt
- Indirekte Netzeffekte treten auf, wenn mit zunehmender Verbreitung der Basisprodukte auch mehr komplementäre Produkte dazu verfügbar werden und dadurch der Nutzen steigt.

Auch in Hinblick auf Medien ergeben sich Netzeffekte. So konsumieren Fernsehnutzer Sendungen die andere auch konsumieren, um in der Anschlusskommunikation mitreden zu können (vgl. von Rimscha/Siegert 2015:54) Unter Ökonomen ist es unbestritten, dass Medien Netzeffekte aufweisen.

Medien können aufgrund des Einwirkens auf die Gesellschaft sowie ihre Orientierungs- und Informationsfunktion positive und negative Effekte aufweisen (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:154).

Abschließend soll die folgende Abbildung die Beschreibung von Medien aus der Sicht der Ökonomischen Güter- und Dienstleistungstheorie zusammenfassen.

MEDIEN(INHALTE) als			
Immaterielle Güter	Öffentliche Güter	Dienstleistungen	Erfahrungs-/Vertrauensgüter
Medieninhalte sind immaterielle Informationsgüter mit den - Eigenschaften eines öffentlichen Guts, - von dem nur Kopien weitergegeben werden können, - die eine Neigung zur Diffusion haben. Immaterielle Informationsgüter kennzeichnen - fixe (und hohe) Produktionskosten - bei geringen Vervielfältigungskosten, - sowie Unteilbarkeiten.	- Keine Rivalität im Konsum der Inhalte (allenfalls der materiellen Kopien) - Ausschluss vom Konsum schwer durchsetzbar, da das einmal produzierte Gut tendenziell allen zur Verfügung steht. - Medieninhalte auf immateriellem Träger sind reine öffentliche Güter. - Medieninhalte auf materiellem Träger sind Clubgüter. - Alle Pay-Formen von Medien sind Clubgüter, egal, ob der Ausschluss durch einen materiellen Träger, Signalverzerrung oder Ähnliches durchgesetzt wird.	Medieninhalte erfüllen die konstitutiven Bedingungen immaterieller Dienstleistungen: - Mehrstufiger Produktionsprozess - Dienstleistungsangebot nur als Leistungsversprechen - Erfordernis externer Produktionsfaktoren (des Rezipienten) für die Leistungserbringung - Erfordernis der Integrativität und Synchronität für die Leistungserstellung - Dienstleistungen mit Erfahrungs- oder Vertrauensgutcharakteristik - Mediendienstleistungen als Leistungsbündel modularisierter Einzelkomponenten	- Als immaterielle Dienstleistungen immer Erfahrungs- oder Vertrauensguteigenschaften - Das gilt letztlich auch für den Nachfrager auf dem Werbemarkt. - Da der Absatz medialer Dienstleistung vor der Endproduktion mit Hilfe der externen Faktoren des Rezipienten liegt, ist eine Ex-Ante-Beurteilung allenfalls der Leistungsbereitschaft, aber nicht des Leistungsergebnisses möglich. - Einfache mediale Dienstleistungen können als Erfahrungsgut, komplexe müssen als Vertrauensgut eingestuft werden. - Es besteht immer eine Informationsasymmetrie zwischen Produzent und Rezipient medialer Dienstleistungen.
Meritorische Güter	Güter mit externen Effekten	Netzeffektgüter	Kuppelprodukte
- Politisch-kulturelle Medieninhalte gelten als meritorische Güter. - Meritorische Güter werden, gemessen an einer gesellschaftlichen Referenzgröße zu wenig konsumiert und zu wenig produziert. - Folge: Marktversagen - Das Konzept der Meritorik kollidiert aus klassischer ökonomischer Sicht mit dem Prinzip der Konsumentensouveränität. - Meritorische Güter wie politisch-kulturelle Medieninhalte werden daher als Nutzungsoptionen für den Rezipienten z.B. in seiner Rolle als Staatsbürger begriffen. - Produktion von und Nachfrage nach meritorischen Gütern wird, z.B. im Bereich des Rundfunks, durch Regulierung und/oder öffentlich-rechtliche Organisationsform politisch zu beeinflussen versucht.	- Externe Effekte meint die Folgen der Entscheidungen von Marktakteuren für unbeteiligte Dritte, die über das Preissystem nicht internalisiert werden. - Unterschieden werden: positive (Wohlfahrtsgewinne) und negative (Wohlfahrtsverluste der unbeteiligten Dritten) externe Effekte. - Externe Effekte von Medien können sich aus Nutzungsentscheidungen der Rezipienten wie aus Bereitstellungsentscheidungen von Produzenten ergeben und sie können Rezipienten wie Produzenten als unbeteiligte Dritte betreffen. - Die Feststellung externer Effekte ist aufgrund anderer Güteigenschaften von Medien und der ihnen zugeschriebenen gesellschaftlichen Funktionen nicht immer trennscharf möglich.	- Medien lassen sich auch als Netzeffektgüter beschreiben, deren Wert und Nutzen für den Rezipienten vom Grad ihrer Verbreitung mitbestimmt wird. - Netzwerkeffekte müssen getrennt nach Medienträger und Medieninhalten geprüft werden. - Verwendungsarten von Medien bestimmen die Art von Netzwerkeffekten. Das spielt insbesondere bei Onlinemedien mit mehreren Verwendungsmöglichkeiten eine Rolle. - Die Integration netzwerktheoretischer Annahmen kann für die Erforschung publizistikwissenschaftlicher Phänomene wie zum Beispiel: Agenda Setting fruchtbar sein.	- Der Begriff wurde bereits von K. Bücher eingeführt und zielt vor allem auf die Verknüpfung von Leistungen für zwei verschiedene Märkte in einem Produkt. - Diese Leistungsangebote für zwei verschiedene Märkte unterscheiden sich in ihrer ökonomischen Charakteristik deutlich (Gutcharakter, Marktfähigkeit etc.). - Die Kuppelproduktion ist mit ökonomischen Vorteilen verbunden. Neben der Erschließung von zwei Finanzierungsquellen lassen sich Verbundvorteile auf allen Ebenen der Produktion und des Konsums realisieren. - Der dienstleistungstheoretische Begriff des modularisierten Leistungsbündels erfasst die vielfältigen Dimensionen der Kuppelproduktion von Medien.

Abbildung 1: Spezifika von Medien als Wirtschaftsgüter

Quelle: Kiefer / Steininger, 2014:165

Um sich mit Medien aus einer ökonomischen Sichtweise zu beschäftigen, muss zuerst abgeklärt werden um welches wirtschaftliche Gut es sich handelt. Klar ist, dass Medien ein ökonomisches Gut sind, da sie überwiegend von Wirtschaftsunternehmen produziert werden und auf Medienmärkten angeboten werden (vgl. Kiefer/Steininger, 2014:164).

Bei der ökonomischen Betrachtungsweise bleiben jedoch die „traditionellen Medien“ im Mittelpunkt. Die Betrachtung dieser bleibt weiterhin gültig und sie prägen den medialen Wandel in Richtung „neuer Medien“ mit (vgl. Kiefer/Steininger, 2014:12).

Salopp gesagt: „Wer die Besonderheiten der ‚traditionellen‘ Medien nicht verstanden hat, wird jene der neuen auch nicht verstehen können.“ (Kiefer/Steininger, 2014:13)

Unter neuen Medien werden Informationsträger verstanden, die auf digitaler Informations- und Kommunikationstechnologien basieren und werden mit Multimedialität und Interaktivität in Verbindung gebracht (vgl. Kiefer/Steininger, 2014:13).

Daher wird im folgenden Kapitel auf die Finanzierungssysteme traditioneller Medien genauer eingegangen und es soll einen Überblick über mediale Dienstleistungen geben.

5.3 Finanzierungssysteme der Medien

Es soll folgend ein Überblick über die aktuellen Erlösformen- und Konzepte für mediale Dienstleistungen gegeben werden.

Grundsätzlich gilt, sofern das Ausschlussprinzip über das Trägermedium zu ökonomisch vernünftigen Kosten durchsetzbar ist, kann das Medienprodukt über den Markt bereitgestellt werden. Sobald dies nicht möglich ist müssen andere Erlösmöglichkeiten gefunden werden.

In *Abbildung 2* wird anschließend dargestellt, woher Einnahmen für Medien kommen und umfasst jene Zahlungen, die von Personen oder Institutionen aus jenen vier Sektoren kommen: Rezipienten-, Werbe-, Rechtemarkt und Staat. Es ist zu beachten, dass die dargestellte Vielzahl an Erlösquellen und Finanzierungsformen sich weiter differenziert, wie am Beispiel der Onlinedienste, bei denen der Rezipienten Markt immer mehr an Bedeutung gewinnt, zu sehen ist (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:283f.).

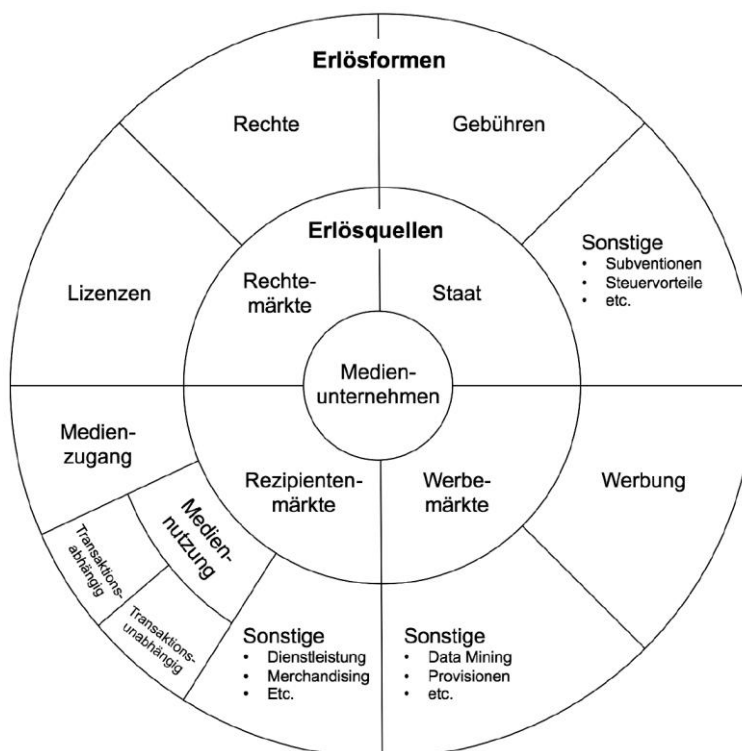


Abbildung 2 Systematik der Erlösformen

Quelle: Wirtz 2006, S. 71

Es ist anzumerken, dass sich Medien dabei nicht ausschließlich über eine Erlösquelle finanzieren, sondern auf mehrere Märkte zurückgreifen.

Die Tagespresse finanziert sich beispielsweise über den Rezipientenmarkt als auch über den Werbemarkt (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:286). Im Gegensatz dazu finanziert sich ein öffentlich-rechtlicher Rundfunk über den Staat, genauer genommen über die Rundfunkgebühren, was aber bedeutet, dass der Rezipient durch den Staat zur Zahlung eines Leistungsentgelts verpflichtet wird (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:284).

5.3.1 Refinanzierung über den Rezipientenmarkt

„Das Preissystem als Netzwerk objektiver Preise ist in der ökonomischen Theorie der entscheidende Mechanismus, der eine marktmäßige Bereitstellung von Gütern und Dienstleistungen erst ermöglicht, weil Preise mehrere zentrale Funktionen erfüllen“ (Kiefer / Steininger, 2014:291).

1. Koordination von Produzenten- und Konsumentenentscheidungen
2. Informationsfunktion, da der Preis den potentiellen Käufer über das Produkt informiert
3. Preise sichern dem Produzenten die Refinanzierung der Produktion von Gütern und Dienstleistungen (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:291f).

Das heißt, in der ökonomischen Theorie sichern Marktpreise ein Feedback zwischen den Marktpartnern. Im Hinblick auf die Medien zeigt die medienökonomische Literatur jedoch Vorbehalte betreffend der Informationsfunktion und der Refinanzierungsfunktion (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:291). Ersteres ist sehr umstritten, „ob ein Transfer von Verbraucherpräferenzen und ihre Umwandlung in Signale für Produktionsentscheidungen via Marktpreise gelingen“ (Kiefer / Steininger, 2014:292). Der Preismechanismus als Refinanzierungssystem der Medien ist ebenfalls nur beschränkt funktionsfähig, was auf die mangelnde Qualitätstransparenz zurückzuführen ist. (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:297). Verdeutlicht wird die schwierige Refinanzierung über Marktpreise auch durch die neuen technischen Möglichkeiten der Digitalisierung, was dazu geführt hat, dass Medienprodukte, die zuvor auf einem physischen Träger vertrieben wurden, inzwischen über das Internet angeboten werden können (vgl. ebd.:293).

5.3.2 Refinanzierung über den Werbemarkt

„Werbefinanzierte Medien sprengen das Theoriegebäude der klassischen Ökonomie, ja der Stellenwert und der wirtschaftliche Nutzen der Werbung selbst sind bei den Ökonomen umstritten.“ (Kiefer / Steininger, 2014:299).

Wenn Medien nicht kostendeckend über den Rezipientenmarkt finanziert werden können, muss auf Alternativen wie die Werbung zurückgegriffen werden. Es handelt sie hierbei also um Einnahmen aus dem Verkauf von Anzeigenraum oder die Zurverfügungstellung von Werbeplätzen gegen Entgelt (vgl. Ludwig 2011b:652).

Nach Ludwig muss ein Medienprodukt folgende Eigenschaften haben damit es sich für eine Werbefinanzierung eignet:

1. Die Zielgruppe muss bestimmbar sein, da diese relevant für die Werbeaktivität der Medien ist.
2. Das Medium muss periodisch sein, um eine exakte Planung für Werbung zu gewährleisten.
3. Die Mediennutzer müssen eine Mindestakzeptanz der Werbung gegenüber haben (vgl. Ludwig 2011b:653). Diese Akzeptanz auf Rezipienten ist laut Kiefer und Steininger gegeben, da Werbung in Medien inzwischen ja allgegenwärtig ist (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:305).

Zu sehen ist auch, dass die Ausgaben für Werbung im Internet ansteigen und eine immer größere Rolle spielen. Mit Hilfe von Onlinewerbung können weitgehend ohne Verlust von Steuern einzelne Zielgruppen durch Platzierung von Bannern angesprochen werden (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:313f.).

5.3.3 Refinanzierung durch Gebühren

Ein weiteres finanzielles Standbein bei der Refinanzierung der Medien bietet der Staat. Genauer geht es hierbei um Gebühren, die eingeholt werden, um Medien bereitzustellen, welche auf kommerziellem Weg nicht auszureichend bereitgestellt werden können.

Solche Eingriffe des Staates in das Mediensystem zeigen sich bei dem in Europa weit verbreiteten öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Dieser wird zumeist über Rundfunkgebühren und eine begrenzte Finanzierung über den Werbemarkt subventioniert. Gebühren sind eine Abgabe welche zu einer Finanzierung des „an die Allgemeinheit der Bürger eines Staates gerichteten öffentlich-rechtlichen Rundfunkangebots erhoben wird“ (Kiefer / Steininger, 2014:314) und muss als Teil der Rundfunkpolitik betrachtet werden. Der Staat will hierdurch Einfluss auf das für die Bürger Grundrechte sichernde Programmangebot nehmen.

„Die öffentliche Organisationsform ist dem Konzept der pluralistischen Demokratie und dem Sozialstaatsgedanken verpflichtet, die privatwirtschaftliche einem liberalistischen Wirtschafts- und Gesellschaftsverständnis“ (Kiefer / Steininger, 2014:315).

Das soll heißen, dass die Veranstaltung von Rundfunk als öffentliche Aufgabe verstanden wird und daher eine kollektive Finanzierung voraussetzt und rechtfertigt (vgl. ebd.:315).

Der Österreichische Rundfunk wird durch das Programmentgelt, Werbung und durch sonstige Erlöse finanziert. Die sogenannten GIS- Gebühren umfassen 60 % der Erlöse und umfassen eine monatliche Abgabe zwischen 20 und 27 Euro, welche je nach Landesabgabe variiert (vgl. ORF, 2019).

5.4 Arten von Medienorganisationen unter Betracht von einem Zusammenspiel von Organisation und Institution

Das ein Zusammenspiel von Journalismus und Medien aus Sicht der Kommunikationswissenschaft noch nicht klar herausgearbeitet ist, werden folgend sowohl kommerzielle Medien als auch öffentlich – rechtliche Medien genauer herausgearbeitet. Zentral stellt sich hier die Frage, welche Schutzmechanismen es in den unterschiedlichen institutionell-organisatorischen Arrangements gibt, die eine Realisierung der institutionellen Statusfunktion, hier den Journalismus, zu sichern versuchen (vgl. Kiefer, 2010:163).

Löffelholz betont, dass das Zusammenspiel von Journalismus und Medienunternehmen bislang noch nicht ausreichend empirisch geklärt wurde. Wird sich hier auf die institutionalistischen Ansätze bezogen, erlauben sie neue Einsichten in das Zusammenspiel von Institution und Organisation (vgl. Kiefer, 2010:163f.).

Wie schon in dem vorherigen Kapitel ausführlich diskutiert, wird der Journalismus hier als eine „zentrale demokratienotwendige Institution begriffen, deren kollektiv anerkannte Leitidee und Statusfunktion die Ermöglichung und Sicherung von Volkssouveränität ist“ (Kiefer, 2010:163). Medien wird der Institutionencharakter durch die iterative Verknüpfung mit der Institution Journalismus zugeschrieben. In einem weiteren institutionellen Arrangement ist die Statusfunktion journalistischer Medien eine Herstellung von Öffentlichkeit, die sie über eine Produktion einer Organisation realisieren (vgl. Kiefer, 2010:164).

Nach Thorbsy gibt es drei Arten von Kulturunternehmen: kommerzielle Unternehmen, private nicht kommerzielle Unternehmen und öffentliche nicht kommerzielle Unternehmen. Den Grund für seine Unterscheidung sieht er in der Marktcharakteristik und der Konsumentenmotivation. Verschiedene Gesellschaftskonzepte begründen zum einen den gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk und zum anderen den werbefinanzierten kommerziellen Rundfunk (vgl. Kiefer, 2005:330).

„Die öffentliche Organisationsform ist dem Konzept der pluralistischen Demokratie und dem Sozialstaatsgedanken verpflichtet, die privatwirtschaftliche einem liberalistischen Wirtschafts- und Gesellschaftsverständnis. Die Veranstaltung von Rundfunk wird in dem einen Fall als öffentliche Aufgabe verstanden, was eine kollektive Finanzierung voraussetzt und rechtfertigt, im anderen Fall als wirtschaftliches Betätigungsfeld, das weitgehend den Gesetzen des Marktes unterliegt.“ (Kiefer, 2005:330).

Karmasin betrachtet Medien als quasi-öffentliche Institutionen, welche der Gesellschaft insgesamt verpflichtet sind. Sie stellen duale quasi öffentliche Güter her, dazu zählen auch private Unternehmen die durch ihre Tätigkeiten öffentliche Interessen berühren aber auch von öffentlichen Handlungen betroffen sind. Das unternehmerische Handeln wird neben Markt auch von Politik und Ethik reguliert (vgl. Schnellmann, 2011:117).

Es können öffentliche und private Medienunternehmen als Modelle einer differenzierten Institutionalisierung von Medien begriffen werden. Folgt man dem „Four Theories of the Press“ Modell nach Siebert, Peterson und Schramm, so wären private Medienunternehmen dem Liberalismus-Modell zugeordnet und öffentliche Medienunternehmen würden im sozialverantwortlichen Modell ihren Platz finden. Im ersten Modell haben das Individuum und seine Bedürfnisse Vorrang, im Gegensatz dazu haben die Medien im zweiten Modell Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und haben auch bei einem Marktversagen Vorrang (vgl. Kiefer, 2001:366).

Es zeigt sich, dass sich öffentliche und private Medienorganisationen in Hinblick auf Organisationsprinzipien und Handlungsparametern unterscheiden, welche folgend skizziert werden sollen.

5.4.1 Kommerzielle Medienunternehmen

Grundsätzlich sind private Medienunternehmen erwerbswirtschaftlich fokussiert, das heißt sie sind Forprofit Organisationen. Dennoch hat der private Rundfunk auch das Sachziel ein Medium zur öffentlichen Meinungsbildung zu sein, aber muss diesem jedoch nicht auf gleiche Weise gerecht werden, da er im Gegensatz zu der öffentlich-rechtlichen Anstalt seine wirtschaftliche Existenz gefährden könnte (vgl. Kiefer, 2001:368).

Khalil unterscheidet mit Hilfe von Zweck und Mittel zwischen Organisation und Institution und sieht im Zweck kommerzieller Medienorganisationen den Bereich der Wirtschaft und im Mittel den Bereich Journalismus, also die Nachrichtenproduktion (vgl. Schnellmann, 2013: 120).

Das heißt, dass die Institution eine zwar notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für die Realisierung der mit ihrem verbundenen gesellschaftlichen Ziel, hier Sicherung von Volkssouveränität, ist.“ (Kiefer, 2010:166).

Grundsätzlich nutzen privatwirtschaftlich organisierte journalistische Medien für ihre Zwecke folgende drei Felder institutioneller Spielregeln: das journalistische, das politische und das wirtschaftliche. Es stellt sich hier nun die Frage nach dem Steuerungsmechanismus, der erlaubt die institutionellen Anforderungen auszubalancieren und den Journalismus zu sichern. Die Drei Felder These von Kabalak und Rhomberg legt vor, dass sich vor allem das Feld Politik hier neutral verhält. (vgl. Kiefer, 2010:167).

Der Steuerungsmechanismus bei diesen Medienunternehmen ist nicht Macht, sondern vielmehr Geld, was jedoch eine Sensibilisierung und Wahrnehmung für kulturelle Märkte bedeutet. Thorbsy und Whitters sehen in kommerziellen Medienunternehmen die Gewinnmaximierung als oberstes Ziel. Innovationen bleiben auf gewinnbringende Produktionsbereiche beschränkt. Profitorientierte Unternehmen führen normalerweise ein begrenztes Repertoire an Inhalten bis keine Nachfrage mehr besteht oder die Quote sinkt (vgl. Schnellmann, 2013:120).

Steininger hält kommerzielle Medienunternehmen, aufgrund der risikominimierenden Produktionsstrategie, für die Konstituierung idealtypischer politischer Öffentlichkeit als ungeeignet.

Wenn diese Produktionsstrategien im Medienbereich negative externe Effekte begünstigen, unbeteiligten Dritten Nachteile entstehen, so muss die Konzeption einer Öffentlichkeit als Markt der Meinungen als kontraproduktiv für das menschliche Zusammenleben begriffen werden.“ (Steininger 2004:296, 304f.)

Als Kritikpunkte von kommerziellen Medienunternehmen können deren oligopolistische Struktur, die Produktion von Wegwerfgütern sowie die Homogenität der Inhalte angesehen werden. Eine Kombination von Konzentration und beschränkter Programmvielfalt führt zu wenig Innovation und Diversität (vgl. Schnellmann, 2013:121).

In dem institutionell-organisatorischen Arrangement privatwirtschaftlicher Medien existiert zwar ein Schutzmechanismus gegen politische Einflussnahme, nicht aber gegen den ökonomischen Einfluss auf die Institution Journalismus (vgl. Kiefer, 2010:213).

5.4.2 Öffentlich-rechtliche Medienunternehmen

Den Zusammenhang von Organisation und Institution bei öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen bezeichnet Kiefer als „unmittelbar einsichtig, weil die Organisation eigens als Konkretisierung und Repräsentation der Institution und ihrer Statusfunktion vom Gesetzgeber geschaffen wurde, der auch die Finanzierung regelt“ (Kiefer, 2010:216).

Öffentlich – rechtliche Unternehmen agieren in Bereichen, in welchen kommerzielle Medien nicht überleben könnten, das heißt, dass sowohl Zweck als auch Mittel in diesem Bereich dem Journalismus zuzuordnen sind (vgl. Kiefer, 2010:178).

Sie erhalten Subventionen und bedürfen einer besonderen Legitimation für einen öffentlichen Zweck. Das heißt, der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist eine vom Gesetzgeber geschaffene Organisation, die nur der Gesellschaft, idealtypisch nur dem institutionellen Regelsystem Journalismus und dessen Sicherung verpflichtet ist (vgl. Kiefer, 2010:178f.).

Um Öffentlichkeit herzustellen braucht es freie journalistische Medien, was rein über kommerziell ausgerichtete Organisationen nicht möglich ist. Bei öffentlich-rechtlichen Medienhäusern ist der „meritorische Eingriff durch gesetzlichen Programmauftrag und neuerdings Selbstverpflichtungserklärungen der Anstalten endogenisiert“ (Kiefer, 2010:187).

Folgend lässt sich daraus schließen, dass eine Diskussion über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine Diskussion über Werte und Prinzipien ist. Darüber hinaus ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk ein Produkt von historischen Ereignissen. Technische, marktwirtschaftliche als auch soziokulturelle Veränderungen haben daher Auswirkungen auf die Funktion eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks (vgl. Schnellmann, 2013:122).

Die Finanzierung und somit auch die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist abhängig von der Rechtfertigung seiner Legitimität, dem politischen Klima, von der Digitalisierung und von den interaktiven Dienstleistungen, die eingesetzt werden. Durch die Rundfunkgebühr wird die Produktion kollektiv nutzbarer Sozialisationsinhalte gesichert (vgl. Schnellmann, 2013:123).

Laut Saxer sind öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten nur dann zielgerecht, sofern sie politisch und gesamtgesellschaftlich und damit demokratisch kontrolliert werden, um so unabhängige Medienleistung zu erbringen (vgl. Saxer, 1994:106).

Nach Kiefer kann jedoch keiner der bisher bekannten Organisationsformen die Komplexität der journalistischen Funktion vollkommen gewährleisten, sondern es geht vielmehr um die bestmögliche Annäherung.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk lässt sich als formale Repräsentation der Institution Journalismus und dessen Statusfunktion verstehen. Nach Kiefer wird er den „autonomen Institutionen“ zugeordnet und lässt sich verfassungsökonomisch als gesellschaftlich konsentrierte Organisationsform begründen (vgl. Kiefer, 2010:214).

Autonomen Institutionen werden eine „rechtliche und faktische Kompetenz-Kompetenz“ eingeräumt. Das heißt, sie sind von der Regierung oder dem Parlament beeinflusst aber unterliegen höchstens einer Rechtsaufsicht. Kiefer unterscheidet angelehnt an Franke zwischen autonomen Institutionen im engeren Sinn, zu welchen Gerichte zählen oder autonome Institutionen im weiteren Sinn, also semi oder quasi autonome Institutionen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk kann hier zu den semi-autonomen Institutionen gezählt werden, da sein Aufgabenbereich teilweise vom Gesetzgeber mitgestaltet wird, jedoch verfassungsrechtlich verbürgt ist. Autonome Institutionen gelten laut Franke stabilisierend für das demokratische System (vgl. Hannerer / Steininger, 2009:105f.).

In einem Aufsatz von Marie Luise Kiefer determiniert sie, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk gegenwärtig als auch künftig unverzichtbar ist, sofern er neben der Grundversorgung als zentrale Aufgabe den Qualitätswettbewerb sichert, meritokratische Güter bereitstellt und in der Vertretung des Gemeinwohls agiert (vgl. Kiefer, 1996:26).

Über die Gebührenerhöhung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wird zumeist in den westlichen Ländern gestritten, jedoch wird die Frage viel zu selten gestellt ob und welchen öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine Gesellschaft braucht. Marie Luise Kiefer hat dies aus institutionentheoretischer Sichtweise herausgearbeitet.

Seit dem Aufkommen privater Rundfunkanstalten hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk seine Monopolstellung verloren und ist daher gezwungen seine besondere Stellung durch die Rundfunkgebühr im Mediensystem zu legitimieren. Er hat mit zwei Veränderungen seiner Umwelt zu kämpfen. Zum einen ist der gesamte Rundfunkbereich durch eine Ökonomisierung geprägt, welche sich durch eine Verstärkung von ökonomischen Einflüssen erkennbar macht. Die zweite Veränderung ist die Individualisierung der Gesellschaft, was zu dem Problem führt, dass immer kleinere Gruppen mit unterschiedlichen Bedürfnissen eine immer höhere Nachfrage nach speziellem Angebot haben. Damit verweist Kiefer, dass die Rundfunkpolitik neben ökonomischen und politischen Interessen auch von allgemeinen gesellschaftlichen Ideen, kulturellen Vorstellungen, Traditionen und Leitbildern geprägt ist (vgl. Jarren / Donges, 2005:178f.).

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk als Beziehungsnetzwerk

Wir den öffentlich-rechtlichen Rundfunk als Beziehung angesehen, können nun normative Ziele seiner Positionierung formuliert werden. Innerhalb seines Beziehungsnetzwerkes soll er an die drei Teilbereiche seiner Umwelt angebunden sein. In dem Fall wären das: Politik, Ökonomie und Gesellschaft. Es wird eine These erstellt, die davon ausgeht, dass eine enge Anbindung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an eine der drei Teilbereiche seine Leistungsfähigkeit beeinträchtigt. Das soll heißen, dass, wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk zu sehr von seinen Dynamiken innerhalb dieser Umwelten beeinflusst wird, würde er sich zugleich von den anderen Teilbereichen entfernen. Es ist also wichtig, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht in eine einseitige Abhängigkeit zu einem gesellschaftlichen Teilbereich gerät (vgl. Jarren / Donges, 2005:183f).

Es erschließt sich daraus, „dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk stabilisiert und seine Autonomie gegenüber seiner Umwelt nicht völlig durchschlagen können. Gleichzeitig bleibt der öffentliche Rundfunk dynamisch, indem er an drei Umwelten mit unterschiedlichen Handlungslogiken angekoppelt wird“ (Jarren/Donges, 2005:193).

Eine weitere Überlegung zur Autonomie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks liefert Baugut. Er macht deutlich, was mit einer Beschränkung der Autonomie auf dem Spiel steht, wenn festgestellt werden kann, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk die besten Voraussetzungen für eine Produktion meritorischer und kollektiver Medieninhalte bietet. Er stellt sich jedoch die Frage, was passiert „wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk zum Ball politischer Farbenspiele wird“ (Baugut, 2005:236). Er weist darauf hin, „dass es nicht ausreicht auf die obersten Verfassungshüter als Hüter der Autonomie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu vertrauen. Letztlich müssen für ihre Autonomie ausgerechnet jene sorgen, deren Autonomie gefährdet ist“ (Baugut, 2005:236). Entwickelt sich also auf journalistischer Seite eine Kultur der Autonomie, hat diese auch Rückwirkung auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk indem sie die Identität der Kollegen und ihrer Abwehrkraft gegen die Politik stärkt. „Dann kann der Journalismus als Institution fungieren, die einen Beitrag zur Sicherung der Autonomie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks leistet“ (Baugut, 2005:238).

6 Finanzierung von Journalismus nach Kiefer

In Kiefers Beitrag *„Die Schwierige Finanzierung von Journalismus“* versucht sie ein Finanzierungsmodell vorzuschlagen, welches als Alternative neben den bisherigen existenten Varianten öffentlich-rechtlich und privatwirtschaftlich gelten soll. Es ist ein Versuch der Frage der künftigen Finanzierung von Journalismus nachzukommen. Marie Luise Kiefer schlägt in ihrem Beitrag einen „dritten Weg“ vor, der nun folgend diskutiert werden soll (Kiefer, 2011a:19).

Für Kiefer ist die Finanzierung von Journalismus über den Werbemarkt veraltet. Deutlich macht sie ihre Annahme am Beispiel des Rückgangs von Werbeeinnahmen bei gedruckten Tageszeitungen. Weiteres sieht sie ein Problem in der Zahlungsbereitschaft für Online-Inhalte und in der gegenwärtigen Wirtschaftskrise (vgl. Kiefer, 2011a:5).

Den anhaltenden marktwirtschaftlichen Druck auf den Journalismus sowie auf journalistische Medien erachtet sie als guten Grund um über die künftige Finanzierung dieser nachzudenken.

In ihrem Beitrag *„Die schwierige Finanzierung von Journalismus“* verdeutlicht sie, dass an „ein Konzept verlässlicher Finanzierung des Journalismus, sofern man diesen für demokratienotwendig hält, als eine kollektiv organisierte und das heißt durch den Gesetzgeber geregelte Lösung gedacht werden muss“ (Kiefer, 2011a:6).

Basis dafür ist die durch institutionelle Theorien begründete Annahme der Trennung von Medien und Journalismus. Hierbei wird der Journalismus innerhalb eines demokratischen Systems als fundamentale Institution von Medien gesehen, welcher einen Rahmen für journalistische Medien gibt. Diese Trennung wirft jedoch die Frage auf, wie Journalismus sozial organisiert werden kann. Die Lösung sieht sie in dem Konzept der Profession als autonome Kollegialorganisation (vgl. Kiefer, 2011a:6). Sie verweist hier darauf, dass man hinsichtlich der Finanzierung bei dem Journalismus ansetzen muss und nicht bei den Medien, da „Journalismus die demokratietheoretische Institution im institutionellen Arrangement mit den Medien ist“ (Kiefer, 2011a:11). Sie begründet also ihre Lösung in der Professionalisierung des Journalismus mit besonderer Relevanz einer „Struktur professionellen Handelns und den Aspekt der Professionalisierungsbedürftigkeit“ (Kiefer, 2011a: 11).

Bei der Möglichkeit einer Bildung einer Profession sieht sie die Lösung in der institutionenökonomischen Theorie der Commons und stützt sich dabei auf Ostrom. Die Ansätze einer öffentlichen Finanzierung von Journalismus begründet Kiefer mit dieser Theorie. Unter Commons werden in der Ökonomie gemeinsam nutzbare Ressourcen verstanden, bei denen jedoch durch rücksichtslosen Umgang die Gefahr ihrer dauerhaften Schädigung bestehen. Unter den Ökonomen war bislang die Lösung dafür entweder Privatisierung oder eine staatliche Regulierung. Ostrom sieht jedoch einen dritten Weg: die Selbstorganisation und Selbstverwaltung (vgl. Kiefer, 2011a: 12).

„Individuen in einer Situation strategischer Interdependenz entwickeln selbst die Regeln, die es ermöglichen die dilemmatische Struktur aufzulösen, verpflichten sich auf dieser Regeln und überwachen deren Einhaltung“ (Kiefer, 2011a: 12)

Ostrom entwirft einen Katalog von „*Design Principles*“ für eine erfolgreiche Selbstorganisation von Commons. Diese Erfordernisse sind auch bei der Professionalisierung von Journalismus zu beachten (Ostrom, 2005: 258ff zit. n. Kiefer, 2011a:12). Neben diesem Katalog sieht sie die Anerkennung des Selbstorganisationsrechts durch den Staat als zentrale Voraussetzung für eine robuste Selbstorganisation des Journalismus (vgl. Kiefer, 2011a: 13).

Abgesehen von den bisher in vielen europäischen Ländern verbreitete Finanzierungsformen öffentlich-rechtlich und privatwirtschaftlich schlägt Kiefer einen Finanzierungsmodus vor, der mit einem Professionsbildungs- und Selbstorganisationsprozess des Journalismus verknüpft ist (vgl. Kiefer, 2011a: 14)

Sie entwirft folgende Bedingungen, unter denen eine öffentliche Finanzierung von Journalismus möglich wäre:

1. Finanzielle Unterstützung bekommen Redaktionen, sofern Journalisten mit Blick auf die Inhaltsproduktion ausschließlich autonom agieren.
2. Der Beruf Journalist ist an eine praktische sowie theoretische Ausbildung zu binden.
3. Das Ausbildungscurriculum ist klar von denen der PR, Werbung und Unterhaltung zu trennen. Das Curriculum wird durch Zusammenarbeit von Journalismuspraktikern-

sowie Theoretikern entwickelt und erst durch eine erfolgreiche Absolvierung der Ausbildung wird der Zugang zu dem Beruf möglich.

4. Der Ausbildungsweg eines Journalisten soll ähnlich dem eines Mediziners sein und sich in wissenschaftliches sowie praktisches Arbeiten teilen.
5. Die praktische Ausbildung ist ausschließlich in Redaktionen, Redaktionsbüros oder vergleichbaren Einrichtungen, die als förderungswürdig anerkannt sind, erlaubt (vgl. Kiefer, 2011a:15).

Die öffentliche Förderung von Journalismus setzt hier an der formalisierten Professionszugehörigkeit des Personals an, also beim Journalisten selbst (vgl. Kiefer, 2011a:15). Weiteres argumentiert sie, dass hier keine öffentliche Finanzierung aus dem Steuertopf gemeint ist, sondern dass „eine Finanzierung des Journalismus vom Gesetzgeber als eine marktunabhängige organisiert und sichergestellt wird“ (Kiefer, 2011a:17).

Sie betont, dass ein öffentliches Finanzierungsmodell medienunabhängig stattfinden soll, denn der Journalismus an sich stellt die fundamentale Institution dar. Die Finanzierung gilt nur dann als Medienförderung, sofern das Medium dem professionellen sowie autonomen Journalismus eine Plattform bietet (vgl. Kiefer, 2011a:17).

Kiefers Skizzierung einer Finanzierung von Journalismus soll zunächst Medienunabhängigkeit sichern, damit der Journalismus für demokratisch organisierte Gesellschaften als zentrale Institution funktionsfähig bleibt (vgl. Kiefer 2011a:17).

„Angesichts der Zentralität der Institution Journalismus und der veränderten gesellschaftlichen, vor allem technisch-medialen Ausgangsbedingungen wird davon ausgegangen, dass der Staat eine Neuorganisation des Journalismus einschließlich seiner Finanzierung ermöglichen muss.“ (Kiefer, 2011a:19)

Kiefer sieht kein Problem in der Selbstorganisation von Journalismus. Dies argumentiert sie, da die gegenwärtige Lösung größere Probleme mit sich bringt. Denn journalistische Dienstleistungen bedürfen als öffentliche Güter zwar einer Finanzierung, diese ist aber durch den Markt nicht ausreichend gegeben, was den Journalismus zu einem unternehmerischen Spielzeug macht.

Sie sieht also den dritten Weg zwischen Markt und Staat, verweist jedoch auch darauf, dass dies ein erster Entwurf ist und es noch weiterer Ausarbeitung und Präzession bedarf (vgl. Kiefer, 2011a: 19).

Das Finanzierungsmodell in einer Diskussion

Kiefers Finanzierungsvorschlag wird jedoch stark von Stephan Russ-Mohl und Rudolf Stöber kritisiert. Die unterschiedlichen Einwände sollen nachstehend diskutiert werden.

Stephan Russ-Mohl verweist in seiner Replik auf Kiefers Beitrag „*Der dritte Weg – eine Sackgasse in Zeiten der Medienkonvergenz*“ darauf, dass ihr Vorschlag einer Selbstorganisation von Journalismus in Verbindung mit einer staatlichen Alimentierung von Journalismus sich im Widerspruch des Forschens und Denkens vieler namhaften Ökonomen befindet (vgl. Russ-Mohl, 2011: 401).

Ihre Annahme, dass die Finanzierung von Journalismus über den Werbemarkt zu Ende geht, wird unter Medienexperten gewiss viele Zusprüche finden. Auch eine höhere Zahlungsbereitschaft der Kunden ist nicht zu erwarten. Aber noch gibt es keine wissenschaftlichen Befunde, dass Kiefers Prognose tatsächlich stattfindet. Auch wenn in den USA derzeit von einer Zeitungskrise gesprochen wird, darf diese nicht direkt auf europäische Länder prognostiziert werden. Hinzu kommt, dass Forschungen in der Kommunikationswissenschaft zeigen, dass eine Demokratie auch ohne den Journalismus erhalten werden kann. Eine Öffentlichkeit entwickelt sich an vielen Plätzen auch ohne Journalismus (vgl. Esser / Brüggemann, 2010: 51 zit. n. Russ- Mohl, 2011: 402). Zudem gibt es in den USA im Gegensatz zu europäischen Ländern fast keinen öffentlich-rechtlichen Rundfunk mehr. Russ-Mohl weist darauf hin, dass man sich daher im deutschsprachigen Raum zuerst die Frage stellen müsste ob die öffentlich-rechtlichen Programme auch wirklich im Interesse der Öffentlichkeit stehen und ob die Gebühren sinnvoll eingesetzt werden. Denn hier werden die Gelder oftmals für eine Überversorgung der Unterhaltung eingesetzt. In Deutschland wäre mit dem dritten Weg daher eher auf eine Umverteilung der Gelder auf den Qualitätsjournalismus hinzuarbeiten, anstatt sich über neue Finanzierungsmodelle Gedanken zu machen (vgl. Russ-Mohl, 2011:403).

Des Weiteren bezweifelt Russ-Mohl die strikte Trennung von Medien und Journalismus durch institutionelle Theorien. Der Ansatz zielt darauf ab, den „guten“ Journalismus von den „bösen“ Medien abzugrenzen (Russ-Mohl, 2011:402).

Bezüglich des Marktversagens hinterfragt Russ-Mohl ob es sich bei Journalismus um ein öffentliches Gut handelt, wie es Kiefer behauptet. Durch das Internet sieht er eher den Überfluss und nicht den Mangel an Informationsverarbeitung als das Problem. Er argumentiert, dass die „Grundversorgung“ an Nachrichten mit werbefinanziertem Journalismus und ohne staatliche Zuschüsse zu bewerkstelligen ist. Kiefers Modell führt auf Basis der Zahlungsbereitschaft der Bürger zu einer Zwangsbezahlung von Qualitätsjournalismus (vgl. Russ-Mohl, 2011: 404).

Er kritisiert auch, dass Kiefer keinen Unterschied der differenzierten Bildungsschichten macht und davon ausgeht, dass jeder Bürger auch Qualitätsjournalismus lesen möchte (vgl. ebd.:404). Er beklagt zudem, dass Quereinsteiger in Kiefers Modell keinen Erfolg mehr haben werden, da ihr Zugangsmodell eine Ausbildung voraussetzt. Obwohl er sich gut ausgebildete Journalisten wünscht, befürchtet er, dass eine staatlich erzwungene professionelle Selbstorganisation des Journalismus dessen Arroganz fördern würde, die ohnehin schon stark bemerkbar ist (vgl. ebd.:406).

Russ-Mohl behauptet, dass gerade im Journalismus staatliche Steuerung, wenn auch ohne negativen Hintergedanken, schnell in eine Freiheitsberaubung ausartet. Sobald Menschen erwachsen sind, sollten sie selbst über ihren Nachrichtenkonsum entscheiden können (vgl. ebd.:407).

Unter Medienexperten herrscht der Konsens, dass es „das“ eine Geschäftsmodell für die künftige Finanzierung von Journalismus nicht geben wird, aber dennoch Alternativen zu einer staatlichen Finanzierung. Das werbefinanzierte Modell wird aber auch in naher Zukunft vorherrschen. Darüber hinaus skizziert er das Ralph Lauren Modell für anspruchsvolle Bürger. Es hat die Annahme, dass jemand der hohe Ansprüche stellt auch bereit sein wird für diese zu zahlen. Das Tom – Sawyer Modell zielt auf die Zusammenarbeit von Amateuren und professionellen Journalisten ab, welche dann als Dritte für renommierte Zeitungen gratis arbeiten sollen. Und zuletzt das Gillette – Modell, welches vorschlägt, gezielt billige Tablets zu vermarkten und eine Finanzierung und Leserbindung mit Hilfe von Apps zu fördern (vgl. Russ-Mohl, 2011: 404-408).

Russ-Mohl behauptet, dass der Staat auch neben Kiefer zusätzlichen Ansprüchen zwei Herausforderungen zu bewältigen hat. Zum einen Qualität im Journalismus fördern und sichern und das mit dem Schwerpunkt auf die Aus- und Weiterbildung von Journalisten und Medienmanagern. Russ-Mohl spricht des weiteren von einem Staatsversagen, welchem so auf wissenschaftlicher Ebene wenig Beachtung geschenkt wird (vgl. Russ-Mohl, 2011: 410).

Laut Russ – Mohl muss darauf aufgepasst werden, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit seinem Online Expansionsdrang nicht die Überhand bekommt und kommerzielle Medien gänzlich vom Markt verdrängt. Denn im Gegensatz zu einem öffentlich-rechtlich finanzierten Modell müssen Zeitungen für ihre Inhalte künftig mehr Kosten aufbringen.

„Passiert medienpolitisch nichts [...] könnte der künftige öffentlich-rechtliche Rundfunk bald die einzige organisatorische und institutionelle Basis für die „Neuorganisation des Journalismus einschließlich seiner Finanzierung“ (Kiefer, 2011a:19) abgeben“ (Russ-Mohl, 2011: 412).

Kiefers Vorschlag zu einer künftigen Finanzierung von Journalismus ist für Russ-Mohl keine Lösung (vgl. Russ-Mohl, 2011:410f.).

Neben Russ-Mohl sieht auch Stöber Kiefers Beitrag fragwürdig. In seiner Replik auf ihren Beitrag *„Eine gefährliche Finanzierung von Journalismus“* kritisiert er drei Aspekte: die gesetzten Prämissen, die Schlüssigkeit und Widerspruchsfreiheit der Argumentation sowie die Praktikabilität und Zulässigkeit der gezogenen Schlussfolgerungen (vgl. Stöber, 2011:415).

Er sieht die Problematik in der gegenwärtigen Medienfinanzierung, in der Demokratienotwendigkeit journalistischer Medien und in den von Kiefer angewendeten Begrifflichkeiten in ihrem Beitrag.

Er verdeutlicht, dass zwar niemand die Schwierigkeiten einer Medien- und vor allem einer Zeitungsfinanzierung übersehen kann, aber dass, ähnlich wie Russ-Mohl argumentiert hat, dies nicht direkt auf die europäische Ebene übertragbar ist. Gerade in Deutschland legen qualitativ hochwertige Medien immer mehr zu. Ferner betont Stöber, dass nicht ausschließlich der Journalismus für die gesellschaftlichen Funktionen, wie beispielsweise Meinungsbildung und Orientierung, verantwortlich ist. Gerade mit dem Aufkommen des Internets, verliert der Journalismus immer mehr den Gate-Keeping Effekt.

Dies soll jedoch nicht heißen, dass dieser Effekt die Demokratie gefährdet, sondern sie könnte auf Basis von Kommunikation in sozialen Netzwerken lebendig bleiben.

Des Weiteren widerspricht Stöber Kiefers Annahme des schleichenden Reichweitenverlustes. Er sieht die Schwierigkeit im Generationenwechsel und behauptet, dass junge Leute immer weniger Interesse an journalistischen Medien haben.

Weiteres argumentiert er diese Entwicklung damit, dass sich Information immer mehr zu einem öffentlichen Gut entwickelt hat.

Zudem erachtet Stöber Kiefers Begriffsverwendung als unschlüssig. Im Speziellen die Verwendung des Institutionenbegriffs sowie die Trennung von Journalismus und Medien mit Hilfe von institutionellen Ansätzen. Er sieht ihre Annahmen dazu als praxisfern (vgl. Stöber, 2011:415f.).

Er weist darauf hin, dass Journalismus nicht per se Bestandsschutz verlangen kann, sondern sich den Status der Unverzichtbarkeit erarbeiten muss. Denn die Gesellschaft wird ihn sich nur dann weiter leisten, sofern er einen Mehrwert für sie hervorruft.

„Medialer Journalismus muss das öffentliche Gut Information mit Mehrwert anreichern; ansonsten braucht ihn die (demokratische) Gesellschaft nicht“ (Stöber, 2011:416).

Als unschlüssig betrachtet Stöber Kiefers Vorschlag der Professionalisierung des Journalismus und der Aufgabe der Kommunikationswissenschaft zur journalistischen Profession. Denn die Wissenschaft erschöpft sich nicht an praxisnaher Ausbildung, noch kann sie diese ersetzen (vgl. Stöber, 2011:417). Ebenso widersprüchlich sieht Stöber das „Rezipienten – Monitoring“ der journalistischen Medien (Stöber, 2011:417).

Stöber sieht Kiefers Vorschlag zu einer künftigen Finanzierung als sehr heikel, gar gefährlich für die Demokratie. Er sieht Probleme in dem Vorschlag des geschlossenen Berufszugangs und approbierter Ausbildung.

„Die vollständige Professionalisierung des Journalismus ist nicht wünschenswert und scheitert zum Glück am Grundgesetz.“ (Stöber, 2011:419)

Kiefer repliziert jedoch auf ihre Kollegen, dass einige Kritikpunkte von Russ-Mohl als Fehldeutungen verstanden werden, denn in ihrem Modell soll nichts staatlich gesteuert werden. Der Staat soll lediglich durch eine kollektive Finanzierung den Journalismus eine Professionsbildung sowie seine Selbstorganisation ermöglichen.

Außerdem respondiertsie, dass es bei ihrem Beitrag darum geht, „dass der technologische Wandel die Welt der Medien, des Journalismus und der Informationsgüter generell rapide verändert, dass tradierte Strukturen, Normen und Regeln, Gemeinschaften aufbrechen mit ungewissem Ausgang“ und nicht darum, dass junge Leute keine Medien mehr konsumieren oder gar um ein Marktversagen (vgl. Kiefer 2011b: 420). Sie verweist in dem Zusammenhang auf Weischenberg, der von einem Ende des Jahrhunderts des Journalismus spricht (vgl. Weischenberg, 2010 zit. n. Kiefer 2011b:420).

Außerdem kritisiert sie die von Russ-Mohl vorgeschlagenen Modelle als Alternative zu einer staatlichen Finanzierung und bemängelt, dass es sich bei allen fünf Modellen um das bekannte Konzept der Medienunternehmen handelt, die eher die Sicherung der wirtschaftlichen Grundlage im Vordergrund stehen haben, als die Finanzierung und Sicherstellung von Journalismus (vgl. Kiefer, 2011b: 421). Kiefer will nicht die Stimulation der Zahlungsbereitschaft der Kunden kritisieren, jedoch ist sie der Annahme, dass Journalismus nicht zu einem Luxusgut werden sollte, da dadurch die Relevanz für eine funktionierende Demokratie verloren gehen könnte. Ergänzend kritisiert sie Russ-Mohls Distanz zu einem auszubildenden Berufsstand von Journalismus sowie die Verweise auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, welcher nicht im Fokus ihres Entwurfs einer künftigen Finanzierung steht (vgl. Kiefer, 2011b: 422).

Zuletzt repliziert sie auf den Vorwurf ihrer Kollegen, ihr Vorschlag sei gar demokratiegefährdend und eine Professionalisierung von Journalismus verfassungswidrig. Unter Betrachtung der gegenwärtigen Situation kann zwar jeder als Journalist arbeiten, aber nicht jeder kann dadurch Geld verdienen und somit Journalismus zu einem Beruf machen. Hat man es geschafft Journalismus zu seinem Beruf zu machen, kann man jedoch nicht frei seine Meinung äußern. Kiefers Modell einer Professionalisierung basiert auf keinem Fall auf ein Widersetzen verfassungsrechtlicher Normen, sondern es skizziert vielmehr Zugangsbedingungen für den Beruf als Journalist (vgl. Kiefer, 2011b: 422).

Es gibt definierte, transparente und allgemeingültige Zugangsbedingungen zum Beruf des Journalismus. Jeder, der diese Bedingungen erfüllt (und die kollektive Finanzierung des Journalismus sollte auch genutzt werden, um durch ein ausgebautes Stipendiensystem den schichtunabhängigen Zugang zum Journalismus zu gewährleisten), kann als Journalist arbeiten und wird, wenn er auch faktisch diesen Beruf ausübt, finanziell unterstützt (Kiefer, 2011b:422).

Nur die für den Berufsstand legitimierten Kodizes, Standards und Grundnormen begrenzen die freie Meinungsäußerung (vgl. Kiefer, 2011b: 422f.).

Folgt man Schimank, so gehört dem Finanzierungsbeitrag von Kiefer nicht nur hinsichtlich der Journalismusforschung, sondern auch gesellschafts- und sozialtheoretisch große Aufmerksamkeit geschenkt. In seinem Beitrag *„Institutionengestaltung gegen Ökonomisierung – Nachfragen zu einem wichtigen Vorschlag zur Finanzierung des Journalismus“* greift Schimank Kiefers Beitrag auf, welcher sozial und auch gesellschaftstheoretisch weiter reflektiert wird. Er diskutiert die sozialtheoretischen Vorzüge einer institutionalistischen Perspektive auf den Journalismus, welcher dann gesellschaftstheoretisch erweitert wird. Zuletzt prüft er ob der Vorschlag Kiefers einer Umgestaltung der institutionellen Rahmenbedingungen des Journalismus den Ökonomisierungsdruck reduzieren kann und wie realitätsnah dieser sein kann.

Schimank meint, dass die Institutionenökonomie und der soziologische Institutionalismus im Grunde nichts gemeinsam haben, versucht jedoch, gleich wie Kiefer, den Journalismus institutionalistisch zu fassen. Er greift jedoch zusätzlich zu Kiefers Kombination aus der Institutionenökonomie und John Searls Theorie institutioneller Tatsachen, auf die von Rainer Lespsius formulierte Trias von Institutionen, Ideen und Interessen zurück, welche in Verbindung mit Max Webers Analysen gesellschaftlicher Ordnung und ihrer Dynamiken stehen.

Darunter wird verstanden, dass „die Rahmung von Interessen nicht nur durch institutionelle Regeln, auch durch Ideengebilde aber auch die interessen- und ideengeleitete Gestaltung von Institutionenkomplexen sowie die interessierte Ideenpolitik in Richtung einer Institutionalisierung von Leitideen etwas in Gesetzestexten behalten“ (Schimank, 2016:83).

Bezogen auf Kiefers Institutionalismus heißt das: Ideen, beispielsweise die journalistische Aufklärung der Öffentlichkeit und die Bedingung der Pressefreiheit, sind ein Ethos dem Journalisten anhängen, selbst wenn sie politisch oder ökonomisch zerstört werden.

Mit seinen Überlegungen zu den Möglichkeiten und Grenzen von Institutionen nähert er sich Kiefers Finanzierungsbeitrag.

Kiefers Ausgangspunkt zu einer Umgestaltung der Finanzierung von Journalismus ist, dass sich sein ökonomischer Druck höchst dysfunktional auswirkt, im Hinblick auf das was er als Bedingung der Möglichkeit für eine demokratisch politische Gestaltung der gesellschaftlichen Verhältnisse einbringt.

Kiefer geht in ihrem Beitrag davon aus, dass „die notwendige Informiertheit und die erforderlichen Lernprozesse der Staatsbürger mit Blick auf ihr Gemeinwesen“ (Kiefer, 2011:9) nicht mehr gewährleistet sind, wenn die Ökonomisierung immer stärker wird.

In vielen westlichen Ländern hat der Journalismus mit einem starken Ökonomisierungsdruck zu kämpfen, welcher sich bei dem Modell öffentlich-rechtlich durch Sparzwänge und somit durch geringere Leistungsangebote bemerkbar macht, und im privatwirtschaftlichen Bereich durch eine Entfesselung der journalistischen Leistungsproduktion zu sehen ist.

Schimank sieht die Lösung darin, dass man Rezipienten länger an die Medien fesseln sollte. Dies geschieht durch die gleichzeitig auch größte Gefahr für die journalistischen Standards: Der Unterhaltungswert muss gesteigert werden (vgl. Schimank, 2016:91). Er entwirft eine „*Dysfunktionalitäts-Diagnose*“ die folgend skizziert wird. (Schimank, 2016:92).

„Durch eine unterhaltsame Darbietung der Informationen, die den Rezipienten seine Nicht-Betroffenheit vergessen und auch so viel ihn nicht Betreffendes lesen oder anschauen lässt, dass er bei der Stange bleibt“ bringt man jemanden dazu täglich die Zeitung zu kaufen oder die Nachrichtensendung nicht auszuschalten (Schimank, 2016:91).

Dennoch verweist Schimank darauf, dass eine Überformung der Politik durch Unterhaltung dazu führen kann, dass eine Berichterstattung über wichtige gesellschaftliche Ereignisse aufgrund von Langeweile ausbleibt. So finden die Ereignisse zwar statt, der Journalismus schenkt ihnen jedoch keine Aufmerksamkeit mehr (vgl. Schimank, 2016:92).

Schimank geht von Kiefers Ausgangsüberlegung aus, dass je stärker die Ökonomisierung wird, desto dysfunktionaler wirkt sich dies auf die zentrale gesellschaftliche Leistung aus.

Kiefers institutionelle Strukturen, welche die Ökonomisierung erzeugt, beziehen sich vorrangig auf die wirtschaftlich getragenen Medienorganisationen, welche sich durch ein Kuppelprodukt aus Werbung und Journalismus finanzieren (vgl. Schimank, 2016:93).

Für die Kosten, die für die Produktion einer Zeitung oder einer Fernsehsendung aufkommen, sind jedoch nur die wenigsten Interessenten bereit zu zahlen.

Kurz gesagt: Journalismus ist für sich genommen, abgesehen von kleinen Nischen, nicht finanzierbar und benötigt daher eine Querfinanzierung wie beispielsweise Werbung. Diese Abhängigkeit des Journalismus von der Werbung lässt sich nur durch staatliche Abgaben aufheben, wie am Beispiel des öffentlich – rechtlichen Modells, durch Rundfunkgebühren. Schimank nennt zwei Mechanismen, welche dafür sorgen, dass die Rundfunkgebühren ansteigen. Zum einen müssen alle Haushalte in gleicher Höhe Gebühren zahlen „wodurch eine Quersubventionierung der Vielnutzer durch Wenig- und Nicht – Nutzer stattfindet“. Zum anderen zahlen die Interessenten lieber für Unterhaltungsprogramme als für journalistische Nachrichtensendungen. Salopp gesagt: Journalismus wird überwiegend querfinanziert – durch Werbung oder Unterhaltung (vgl. Schimank, 2016:94).

Diese für lange Zeit gut funktionierende Finanzierung ist jedoch kritisch geworden, zum einen durch das Aufkommen der Privatsender und zum anderen durch das Abwandern der Rezipienten und der Werbung in das Internet. Durch den steigenden Finanzierungsdruck werden Redaktionen verkleinert, was zu einem journalistischen Qualitätseinbruch geführt hat. Parallel dazu sind einige Medienorganisationen von Finanzmarkt-Investoren als lukrative Kapitalanlagen entdeckt worden und die Journalisten sind dem Unterhaltungsimperativ unterworfen um wieder Gewinn zu erbringen (vgl. Schimank, 2016: 94f.) Kiefer schlägt nun eine institutionelle Veränderung für einen neuen Finanzierungsmodus vor, der mit einem Professionsbildungs- und Selbstorganisationsprozess des Journalismus verbunden ist (vgl. Kiefer, 2011: 14). In ihrem Vorschlag sorgt der Staat für eine Finanzierung des Journalismus, welcher zugleich dadurch auch dessen Professionalität sichert unter der Annahme, dass die Bevölkerung eine solche Professionalisierung befürwortet.

Schimank sieht in Kiefers Vorschlag eine weitreichende Umgestaltung der Finanzierung von Journalismus, und sieht darin folgende Maxime: „Je größer ein Problem ist, desto radikalere Gegenmaßnahmen müssen möglichst schnell und auf einen Schlag umgesetzt werden.“

Er sieht in Kiefers Beitrag einige Aspekte der funktionalen Ignoranz sowie funktionaler Indifferenz noch nicht ausreichend betrachtet, welche folgend diskutiert werden.

Schimank diskutiert vier Aspekte hinsichtlich Kiefers Vorschlags einer künftigen Finanzierung von Journalismus.

1. Das Eingreifen der Politik in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk wird immer wieder beklagt. Kiefer betont in ihrem Finanzierungsbeitrag, dass ihr Vorschlag einer staatlichen Finanzierung so gestaltet sein muss, dass die Gefahr der Politisierung durch professionelle Selbstorganisation gebannt wird. Wie dies jedoch angesichts des Dauerinteresses der Parteien funktionieren soll, bedarf noch weiteren Überlegungen.
2. Weiteres sollte überlegt werden, sofern Journalismus staatlich finanziert wird, auf die Einnahmen durch Werbung gänzlich zu verzichten.
3. Die journalistischen Inhalte, die sich in Kiefers Vorschlag durch eine Zwangs-Professionalisierung als höchst funktional erweisen, könnten als verbindliche und geprüfte Qualitätsstandards der journalistischen Arbeit gelten. Hierbei gilt es sich die Frage zu stellen, ob Kiefers Vorschlag eine dysfunktionale Einschränkung der Breite des journalistischen Berichts- und Meinungsspektrum bedeuten kann.
4. Schimank beklagt, dass Kiefer sich nicht genau dazu äußert wie die Finanzierungsmodalitäten aussehen könnten. Die Modelle sind hier sehr unterschiedlich denkbar. Beispielsweise könnte jede einzelne Medienorganisation von jedem Nutzer kostendeckende Gebühren für die genutzten Programme verlangen, was zu einer deutlichen Versteuerung führen würde. Es wären viele Modelle vorstellbar, von der Anzahl der journalistischen Beiträge, die eine Redaktion erarbeitet bis zu unterschiedlichen Indikatoren der Resonanz auf die Beiträge (vgl. Schimank, 2016:98f).

Ergänzend zu den vier Aspekten funktionaler Ignoranz, erläutert Schimank ebenso die funktionale Indifferenz.

Er sieht in der Konstellation folgende vier relevante Akteure: Politiker, Medienorganisationen, Journalisten und Mediennutzer. Zu fragen ist hier wie sich diese Akteure zu Kiefers Vorschlag verhalten würden (vgl. Schimank, 2016:104).

Journalisten sind immer weniger in der Lage, dem Ökonomisierungsdruck standzuhalten und die journalistischen Qualitätsstandards hoch zu halten.

Eine Unterstützung von Kiefers Vorschlag in dieser Akteurgruppe wäre nicht zu erwarten, denn durch eine leistungsbezogene staatliche Mittelzuweisung an die Redaktionen sehen sich Journalisten mit Fehlanreizen konfrontiert, „denen sie auch gegen das eigene berufliche Ethos folgen müssten.“ (Schimank, 2016:105).

Bei wirtschaftlich getragenen Medienorganisationen haben jene einen Leidensdruck den es wirtschaftlich schlecht geht. Für diese gilt jedoch, dass ein Wechsel zu einem gewinnerzielenden Journalismus ein radikaler organisatorischer Umbruch ist. Es bleibt abzuwarten ob Kiefers Vorschlag hierfür relevant werden könnte. Erfolgreiche wirtschaftliche Medienorganisationen haben keinen Leidensdruck, den hätten sie eher, wenn der Journalismus dekommodifiziert wird. Daher haben große private Rundfunksender eher ein starkes Interesse an der Status Quo Wahrung. Eine Dekommodifizierung bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten würde bedeuten, die staatlich getragene Finanzierung auf den gesamten Journalismus aufzuteilen ohne das mehr Geld zu Verfügung steht (vgl. Schimank, 2016:105).

Hinsichtlich der Politiker ist kein Leidensdruck durch den derzeitigen Zustand des Journalismus zu sehen, denn sobald sie ihn für ihr eigenes Anliegen nutzen können, beispielsweise populistisches Politainment, kommen sie gut damit klar.

Nach Schimank sind die Mediennutzer die eigentlichen Personen, die einen Nutzen von Kiefers Vorschlag einer Umgestaltung ziehen. Aber tun sie das wirklich, gemessen an ihrer Haltung des mündigen Staatsbürgers? Zeitungen sowie Fernsehsendungen passen sich immer mehr an die „Unterhaltungsgesellschaft“ an, weil ihnen gar nichts anderes übrigbleibt (vgl. Schimank:106f.).

Schimank sieht also in Bezug auf funktionale Indifferenz eher geringere Realitätschancen für Kiefers Vorschlag einer Finanzierung von Journalismus. Er stimmt ihr jedoch zu, dass „bald etwas geschehen muss“ (Schimank, 2016:107). Er resultiert sogar soweit, dass „sogar anfängliche Schritte in die falsche Richtung wären [...] besser als weiterer Stillstand“ (Schimank, 2016:107). Beide Vorschläge sind jedoch noch nicht empirisch belegt und können nur theoretisch dargelegt werden. Schimank reflektiert, dass eine ausbleibende Diskussion zu Kiefers Vorschlag das Schlechteste wäre was passieren könnte (vgl. Schimank, 2016:17f).

6.1 Zwischenfazit

Kiefer leistet mit ihrer Betrachtung von Journalismus und Medien als Institution einen wesentlichen Beitrag in der Kommunikationswissenschaft. Aufbauend auf ihren Annahmen versucht sie ein alternatives Finanzierungsmodell für den Journalismus zu entwickeln. Es soll einen „dritter Weg“ neben dem privatwirtschaftlichen und dem öffentlich-rechtlichen Modell ermöglichen. Insofern der Journalismus als Demokratie notwendig angesehen wird, sieht sie eine kollektiv organisierte, durch den Gesetzgeber geregelte Lösung, einer künftigen Finanzierung. Basis dafür sieht sie die durch institutionelle Theorien begründete Annahme, einer Trennung von Medien und Journalismus.

Kritik an ihrem Finanzierungsbeitrag sehen vor allem Stephan Russ-Mohl und Rudolf Stöber, welche vor allem darauf verweisen, dass eine Demokratie auch ohne Journalismus erhalten werden kann. Ebenso greift Schimank Kiefers Beitrag auf und reflektiert diesen sozial auch als gesellschaftstheoretisch.

Kiefer verweist jedoch darauf, dass ihr Vorschlag einer Finanzierung zwischen Markt und Staat bislang nur einen Entwurf darstellt.

7 Darstellung und Interpretation der Erkenntnisse anhand der Forschungsfragen

Nach der theoretischen Einordnung der Thematik und dem Zusammentragen der unterschiedlichen Ansätze werden folgend die Forschungsfragen diskutiert und versucht die Ausarbeitungen miteinander in Verbindung zu bringen.

Die Masterarbeit ist als reine Literatuarbeit abgehandelt worden mit dem Ziel aus diversen Theorien, Ansätze und Überlegungen kritisch zu bearbeiten. Dadurch sollen Lücken im Forschungsstand aufgezeigt werden und sie soll als Anregung für künftige Forschungsvorhaben dienen. Basisliteratur der Arbeit war Marie-Luise Kiefers Schrift *„Journalismus und Medien als Institutionen“*. Damit soll das Potenzial institutionalistischer Forschungsansätze aus Soziologie und Ökonomik für das kommunikationswissenschaftliche Feld dargestellt werden. Die Anwendung dieser Ansätze liefern neue Einsichten im Zusammenhang von Journalismus, Medien, Öffentlichkeit und Demokratie

Eine weitere für die Arbeit grundlegende Literatur, war die Festschrift für Marie-Luise Kiefer *„Journalismus jenseits von Markt und Staat“*. Diese bringt eine Reflexion über die Diskussion des Journalismus und Marie-Luise Kiefers dazu vorgelegte Arbeit, mit sich.

Auf Grundlage dieser Überlegungen soll der Weg zu einer künftigen Finanzierung von Journalismus gelegt werden.

Die Forschungsfragen wurden offen formuliert und sollen einen strukturierten Zugang in den Untersuchungsgegenstand geben. Um ein breites Diskussionsspektrum zu generieren ist bewusst auf die Formulierung von Hypothesen verzichtet worden. Mit dem Ziel eine institutionelle Betrachtung in der Kommunikationswissenschaft aufzuzeigen, soll die vorliegende Arbeit zu weiteren wissenschaftlichen Vertiefungen anregen.

Hier ist jedoch anzumerken, dass keine empirischen Daten für die Arbeit erhoben worden sind, sondern sie viel mehr das Anliegen hatte eine Zusammenführung theoretischer Sichtweisen aus der Medienökonomie darzustellen und mit Hilfe der Institutionenökonomie den Versuch einer Sicherstellung von Journalismus zu wagen.

Ein Schwerpunkt hierfür liegt bei der künftigen Finanzierung von Journalismus. Im Zuge der Arbeit wurden folgende Forschungsfragen bearbeitet.

Forschungsleitende Fragestellung: Wie kann Journalismus fern von ökonomischen Zwängen in der Gesellschaft künftig sichergestellt werden?

Aus dieser Fragestellung sind drei weitere Forschungsfragen abgeleitet worden:

FF1: Welche Alternativen für eine Finanzierung von Journalismus gibt es neben den bereits bestehenden Finanzierungsformen privatwirtschaftlich und öffentlich-rechtlich?

FF2: Welche Auswirkungen hat und kann der Wandel des journalistischen Selbstverständnisses auf die Stabilität von Journalismus haben?

FF3: Welchen Beitrag leisten institutionalistische Ansätze heuristisch und prognostisch in der Kommunikationswissenschaft im Hinblick auf die Finanzierung von Journalismus?

Um die Interpretation der Erkenntnisse übersichtlicher zu gestalten, werden folgend die abgeleiteten Forschungsfragen versucht zu diskutieren. Eine abschließende Diskussion der forschungsleitenden Frage wird im Fazit genauer dargestellt.

FF1: Welche Alternativen für eine Finanzierung von Journalismus gibt es neben den bereits bestehenden Finanzierungsformen privatwirtschaftlich und öffentlich-rechtlich?

Kiefers Beitrag zu einer Finanzierung von Journalismus durch eine Professionsbildung des journalistischen Berufs mit Hilfe des Staates zu gewährleisten ist zwar nachvollziehbar, stößt unter Experten aber dennoch auf Kritik. Ob ein Finanzierungsmodell wie das von Kiefer durch eine fundierte Ausbildung von Berufsjournalisten und der damit erhofften einhergehenden Qualität des Journalismus die einzige Möglichkeit ist, bleibt fraglich.

Bei dieser Frage kann die Journalismusforschung jedoch ansetzen und versuchen mit Hilfe von institutionentheoretischen Ansätzen eine Lösung zu finden. Ein Finanzierungsmodell ganz ohne die Querfinanzierung durch Werbung, so wie Kiefer es verschlägt, sollte aber nicht ganz ausgeschlossen werden.

Ein umfangreiches Finanzierungsmodell ist zwar nicht gefunden worden, aber es wurde versucht mit Einbezug institutioneller Theorien und Ansätzen den ökonomischen Druck zu mindern und dadurch das institutionelle Gefüge Journalismus zu entlasten. Es kann sich hierfür auf den Property-Rights Ansatz bezogen werden. Dieser befasst sich mit den „Zuordnungen und Beschränkungen von Eigentums- und Verfügungsrechten und deren Einfluss auf das wirtschaftliche Verhalten von Menschen“ (Kiefer / Steininger, 2014:64).

Ein weiteres Ziel wäre es, Kosten einzusparen sowie höhere Gewinne zu erzielen und dadurch den ökonomischen Druck zu verringern. Hierfür kann die Transaktionskostenökonomie einen Erklärungsansatz liefern, insbesondere durch das Finden institutioneller Arrangements für unterschiedliche Arten von Transaktionen Kosten zu sparen (vgl. Kiefer / Steininger, 2014:64f).

Mit einer höheren Zahlungsbereitschaft der Rezipienten für den Journalismus ist bislang nicht zu rechnen und durch das Aufkommen des Internets ist ein Überfluss an Informationsverarbeitung das Problem. Jedoch herrscht unter Medienexperten Konsens darüber, dass es das eine Finanzierungsmodell für den Journalismus nicht geben wird, aber dennoch Alternativen zu einer rein staatlichen Finanzierung.

Der Versuch eines Dritten Weges der Finanzierung des Journalismus regt jedenfalls den Diskurs an, so befindet Schimank, dass eine ausbleibende Diskussion darüber, das schlechteste ist was passieren kann (vgl. Schimank, 2016:17f). Denn bei einem Punkt ist man sich einig: Es müssen dringend neue Lösungsvorschläge für die Finanzierung des Journalismus her. Die Institutionelle Betrachtung von Medien und Journalismus und dadurch die Trennung der beiden Begrifflichkeiten wagt jedoch einen ersten Schritt und regt zum Nachdenken an.

Folgend ist das Zusammenspiel von Institution und Organisation zu beachten. Zwischen Journalismus und Medien wird in der PKW oft kein Unterschied gemacht. Die beiden Begriffe jedoch als Einheit zu sehen kann oftmals zu Problemen führen. Journalismus und Medien sind eigenständige autonome Systeme, stehen laut einigen Annahmen in der Wissenschaft jedoch in einem Dependenzverhältnis. Die zerstörerische Funktion von Organisationen für die Institutionen und die Frage inwiefern es Medienorganisationen schaffen Institutionen zu Gunsten ihrer eigenen Ziele zu beeinflussen muss beobachtet werden.

Die Journalismusforschung kann hier ansetzen und fragen ob das gewinnmaximierende Handeln von Organisationen zu einem zwanghaften Wandel von Institutionen und somit dem Journalismus führen kann. Daher müssen institutionelle Ansätze dringend auf die redaktionelle Organisationsstruktur angewendet werden, denn folgt man Blöbaums (2004) Annahme ,dass eine Strukturänderung dazu führt, dass publizistische Ziele hinter den Organisationszielen ihren Platz finden, ist es fraglich von welcher journalistischen Qualität gesprochen werden kann.

FF2: Welche Auswirkungen hat und kann der Wandel des journalistischen Selbstverständnisses auf die Stabilität von Journalismus haben?

Durch den Einbezug institutioneller Theorien aus verfassungs- oder evolutionsökonomischer Sicht kann der Wandel und die Entstehung von Institutionen erklärt werden. Die Verfassungsökonomik ergänzt Kiefer mit den institutionellen Ansätzen für den Journalismus. Diese ermöglichen und sollen sicherstellen, dass eine Aufklärungsarbeit und Vermittlung von Wissen durch den Journalismus funktioniert.

Bei der Entstehung sowie dem Wandel von Institutionen soll auf das Paradigma der Selbstorganisation von Weise eingegangen werden. Er knüpft an die biologische Evolution an aber sieht das menschliche Handeln als Einheit, an welcher die gesellschaftliche Evolution ansetzt. Im Gegensatz dazu ist die kulturelle Evolution eine von Menschen gemachte Evolution, welche aber nicht unabhängig voneinander zu betrachten. Die natürliche Evolution ist der historischen vorangegangen, wirkt ihr aber auch nach. Das soll heißen, dass das auf der Mikroebene vollzogene menschliche Handeln auf der Makroebene Kräfte erzeugt, die wiederum auf das Handeln der Menschen einwirken.

Folgt man North, so entsteht ein Wandel im institutionellen Gefüge durch die handelnden Individuen. Daher können Journalisten aufgrund notwendiger Regeländerungen selbst für den Wandel im Journalismus verantwortlich sein und dadurch selbst die größte Gefahr für den Journalismus darstellen. Das soll heißen, dass die größte Gefahr für den Journalismus demnach der Journalist selbst ist, sofern er seine Kernaufgabe nicht erfüllt.

Journalisten kämpfen nach Pöttker derzeit mit der Herausforderung des Unwissens was Journalismus ist und was seine Aufgaben sind, was zu Unsicherheiten in der Gesellschaft führt. Ein klares Bewusstsein auf beiden Seiten, also auf der des Publikums und jener der Journalisten, darüber welche Leistung er erbringen sollte und warum dieser Beruf gebraucht wird, ist wichtig.

Hier kann angesetzt werden und hinterfragt werden inwiefern individuelle Regeländerungen zu Änderungen auf der Makroebene führen, das heißt für den Journalismus selbst. Die Analyse soll auch auf der Mikroebene erweitert werden, da Norths These besagt, dass institutionelle Veränderungen aufgrund von handelnden Individuen stattfinden.

Unter Einbezug weiterer Theorien, können institutionelle Theorien einen möglichen Wandlungsprozess des Journalismus erklären, sofern der Journalismus konstant beobachtet wird.

Folgt man Blöbaum, so ist auf der Ebene der journalistischen Rollen zu erkennen, dass es zu einer „Ent-Beruflichung“ des Journalismus kommt. Der Berufseinstieg wird erschwert und die Rolle des Redakteurs entwickelt sich zu der eines marketinggeschulten Managers.

Blöbaum betont, dass es grundsätzlich zu hinterfragen gilt, ob es sich bei einem feststellbaren Wandel bloß um eine Änderung der Struktur handelt oder die systeminternen Verschiebungen so zu deuten sind, dass die Folge eine Strukturzerstörung sein kann (vgl. Blöbaum. 2004:57).

Daraus lässt sich schließen, dass eine Sicherung von Journalismus in der Redaktion selbst stattfinden muss. Journalismus kann also nur dort gesichert werden wo er entsteht, in dem Fall in der Redaktion. Mit institutionellen Theorien kann hier das Zusammenspiel von Institution und Organisation erläutert werden, sofern die Redaktion als Organisation betrachtet wird.

Zentral für die Frage nach dem Journalismuswandel, welcher durch die Turbulenzen seiner Umwelt ausgelöst worden ist, ist also die Abklärung des Wandels der Verhaltensmuster der Akteure der verschiedenen institutionellen Akteursgruppen. Nicht nur die journalistische Berufsrolle, sondern auch die Ebene der Redaktion unterliegt einem Wandel. Es herrscht ein Rückgang der Arbeitsteilung des Produktionsprozesses. Dieser wird zusätzlich durch die digitalen Redaktionssysteme und die Arbeitsfelder der einzelnen Mitarbeiter erschwert und daher sind nur noch schwer voneinander zu trennen.

Hier stellt sich die Wissenschaft die Frage, ob diese Veränderungen die gesellschaftliche Funktion des Journalismus sicherstellt oder gefährdet. Hier verweist jedoch Neuberger (2004a) darauf, dass diese zu beobachtende Grenzziehung nur ein Übergangsphänomen darstellt, welches zu neuen Grenzziehungen führt. Denn eine neue Grenzziehung liege ja auch im Eigeninteresse des Journalismus.

FF3: Welchen Beitrag leisten institutionalistische Ansätze heuristisch und prognostisch in der Kommunikationswissenschaft im Hinblick auf die Finanzierung von Journalismus?

Die Anwendung institutionalistischer Ansätze bezüglich der Fragen in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft liefert eine Reihe interessanter Einblicke bezüglich des Zusammenhangs von Journalismus und Medien. Die Ansätze eröffnen neue Möglichkeiten einer Analyse, welche für eine Unterscheidung aber auch für ein Zusammenspiel von Journalismus und Medien dienen. Sie zeigen sowohl die Gefährdungen von Journalismus also auch neue Wege zum Schutz des Journalismus.

Institutionentheoretische Ansätze eröffnen in der Kommunikationswissenschaft neue Einblicke auf die Phänomene Journalismus, Medien und öffentliche Kommunikation. Sie verweisen nicht nur auf die Trennung von Journalismus und Medien sondern auch auf die Notwendigkeit der genaueren analytischen Verknüpfung dieser und somit eine neue Ansicht zu einer künftigen Finanzierung von Journalismus.

Die institutionellen Ansätze eröffnen Diskussionen über die Sicherung autonomer Institutionen in einer Gesellschaft sofern angenommen wird, dass der Journalismus als Institution begriffen und sichergestellt wird. Außerdem erklären sie einen Wandel von Institutionen, welcher auch im Hinblick des medialen Wandels von großer Relevanz ist.

Insbesondere aufgrund des derzeitigen ökonomischen Druckes ist es für die Journalismusforschung wichtig die institutionellen Theorien in ihre Analysen einzubinden. Pöttker (2007) stellt die These auf, dass ökonomischer Druck die journalistische Professionalität gefährdet. Journalistisches Handeln rückt heutzutage oftmals hinter das wirtschaftliche Handeln. Die Aufgabe der Wissenschaft ist es nun sich mit der Minimierung des ökonomischen Drucks zu befassen und zu versuchen Lösungen dafür zu finden. Hier können ökonomische und institutionelle Theorien helfen.

Da die Bedeutung der wirtschaftlichen Profitabilität von Medienunternehmen auf dem Markt immer größer wird, sind medienökonomische Analysen in der Kommunikationswissenschaft wichtiger als je zuvor. Abschließend ist jedoch anzumerken, dass sich in der Fachliteratur zwar eine fundierte theoretische Begründung institutioneller Theorien findet, ein empirischer Versuch ist bis heute jedoch ausgeblieben. Es herrscht daher keine Klarheit darüber, wie sich diese Theorie in der Praxis umsetzen lässt. Hier bedarf es noch an wissenschaftlicher Forschung.

8 Fazit und Ausblick

Hauptziel der Masterarbeit war es, die wichtigsten wissenschaftlichen Ausarbeitungen über die Sicherstellung von Journalismus im Wandel der Gesellschaft zusammenzutragen mit dem Schwerpunkt auf eine künftige Finanzierung von Journalismus. Die Arbeit soll dazu dienen einen fundierten Zugang zu dem Forschungsgebiet zu ermöglichen, denn über den Journalismus und seine Zukunft wird schon seit geraumer Zeit diskutiert. Als Basisliteratur dieser Masterarbeit hat Marie Luise Kiefers (2010) Schrift „*Journalismus und Medien als Institution*“ gedient. Ihre Betrachtung von Journalismus und Medien als Institution ist im Zuge der Arbeit durch verschiedene Ansichten, Theorien und Kritiken ergänzt worden. Kiefer begreift Institutionen als Formen sozialer Handlungen, die unser Leben strukturieren und dadurch Unsicherheiten verringern. Kurz gesagt: Institutionen schaffen Richtlinien für Interaktionen. Ihre Befunde fasst sie unter dem Motto *Institutions matters*, und das auch in der Kommunikationswissenschaft, zusammen.

Die institutionellen Ansätze dienen dem Versuch der Beantwortung der forschungsleitenden Fragestellung, wie Journalismus fern von ökonomischen Zwängen in der Gesellschaft künftig sichergestellt werden kann, denn sie eröffnen einen neuen Zugriff auf die Phänomene Journalismus und Medien und erlauben auch eine Trennung der Begriffe. Denn nach Kiefer hat der Journalismus eine medienunabhängige, spezifische Statusfunktion, welche seinen Institutionenstatus begründet. Begreift man Journalismus als Institution so übernimmt und sichert er die Informations-, die kommunikativen Vermittlungs- und Rückkoppelungsprozesse zwischen Bürger und dem Parlament.

Journalistische Medien bekommen durch die Verknüpfung mit dem Journalismus selbst Institutionencharakter. Die Statusfunktion hier ist die Herstellung der für die Konkretisierung von Journalismus als Institution in Massendemokratien benötigten Öffentlichkeit. In der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ist der Blick auf Medien als Organisationen noch eher beiläufig, aus institutionentheoretischer Sicht sind Organisationen ein zentraler Faktor der Konkretisierung von Institutionen und spielen besonders beim Institutionenwandel eine wichtige Rolle. Gleichzeitig stellen Medienorganisationen aber die Finanzierung sowie die Organisation von Journalismus sicher.

Bedient man sich hier institutionalistischer Ansätzen, erlauben diese neue Einsichten bezüglich des Zusammenspiels von Institution und Organisation im Hinblick auf journalistische Medien und wie Journalismus künftig sichergestellt werden kann.

Zentral stellt sich hier die Frage, welche Schutzmechanismen gegen Einflüsse von außen es in den verschiedenen institutionell-organisatorischen Arrangements gibt und wie diese eine Realisierung der institutionellen Statusfunktion Journalismus sichern.

Die institutionalistische Sichtweise auf den Journalismus und die Medien subsumiert Kiefer in ihrer Schrift „Journalismus – die unterschätzte Institution“ (Kiefer, 2010:216). So ist Journalismus aber nicht nur als eine unterschätzte Institution zu begreifen, sondern auch als eine gefährdete Institution.

Die Gefährdung der Institution Journalismus geht jedoch weniger vom Internet aus, sondern weist viele Ursachen auf. Eine zentrale Gefährdung stellt, der in der Arbeit diskutierte, Mangel an Schutzmechanismen gegen die Einflussnahmen aus dem institutionellen Feld der Wirtschaft auf den Journalismus dar. Die vorherrschende Organisationsform der Medien als Wirtschaftsunternehmen lässt die journalistische Statusfunktion zunehmend ineffizient werden. Es muss daher über neue Finanzierungsmöglichkeiten nachgedacht werden, denn es stellt sich die Frage ob eine Hauptfinanzierung durch Werbung nicht überholt ist.

Zentral für den Schutz der Institution Journalismus scheint vor allem zu sein, dass die Institution „in ihrer Repräsentation sichtbar und unterscheidbar bleibt“ (Kiefer, 2010:218). So sollen Urteile über journalistische Produktion in Medienunternehmen nur von Angehörigen der Profession gefällt werden.

Jedoch ist es besonders anspruchsvoll die dem Journalismus als Institution kollektiv zugewiesene und anerkannte Statusfunktion, Öffentlichkeit im Sinne der Ermöglichung und Sicherung von Volkssouveränität zu qualifizieren. Dies steht im Kontrast zu der bislang noch vertretenen Vorstellung eines freien Berufszugangs zum Journalismus ohne geprüfte Qualifikationen.

Die Begründung eines kontrollierten Berufszugangs ist für die Sicherung besonders relevant, jedoch fehlt es hier noch an legitimierten Theorien, denn im Gegensatz zu der Rechts- und Medizinwissenschaft hat die Journalistik noch kein Paradigma entworfen, das die Wissenschaft und das Berufsfeld vereint.

Wird aber der Annahme gefolgt, dass Journalismus als zentrale institutionelle Struktur von Öffentlichkeit zur Sicherung von Volkssouveränität als normative Basis der Demokratie gesehen wird, dann wäre eine Sicherung dadurch begründbar.

Demnach wäre eine weitere Schutzfunktion, dass redaktionelle Bereiche nur noch approbierten Journalisten offenstehen. Die Medienfreiheit wird hier nicht beschränkt, sofern sie als Informations- und Meinungsbildungsanspruch des Bürgers zu verstehen ist.

Es lässt sich daraus schließen, dass eine solche Zugangsbeschränkung einen Vertrauensgewinn in den Journalismus, seine Akteure und Produkte mit sich bringt. Dies könnte in einer medialen Umwelt, welche von starker Konkurrenz geprägt ist, durchaus auch ein ökonomischer Vorteil sein (vgl. Kiefer, 2010:210f).

Neben der aktuellen Entwicklung einer Ökonomisierung sowie einer Werbe und-Wirtschaftskrise in der Medienbranche, welche durch das Internet beschleunigt werden, sollte diese Seite jedenfalls beleuchtet werden.

Donges sieht das Problem, dass institutionelle Regeln nicht autonom von der Gesellschaft sein können, in der sie existieren. Er behauptet, dass Journalismus begriffen als eine Institution nicht gesichert werden kann. Denn diese Regeln „sind ein Ausdruck der gesellschaftlichen Konstellation, in denen die entstanden sind, und sie wandeln sich zumeist auch mit diesen.“ (Donges, 2016:198),

Das heißt, dass der Journalismus sich mit der Gesellschaft verändert und je mehr sich die Gesellschaft ausdifferenziert, desto mehr wird dies auch der Journalismus tun (vgl. Donges, 2016:197f.).

Schnellman recurriert auf Kiefers Annahmen und sieht für die Sicherung von Journalismus die Unterscheidbarkeit sowie die Ermöglichung von Volkssouveränität als normativen Kern der Statusfunktion als zentral. Die fundamentalen Wissensgrenzen und die dadurch resultierenden Unsicherheiten in der Gesellschaft sollen durch die Institutionen bewältigt werden, beziehungsweise soweit verringert werden, dass Menschen in der Gesellschaft zusammenleben können (vgl. Schnellman, 2016:187f.).

Ein weiterer Anknüpfungspunkt zur Sicherstellung von Journalismus ist, dass sowohl Journalisten als auch Rezipienten sich bei der Nachrichtenherstellung an Regeln und Routinen halten. Das redaktionelle Selbstverständnis ist hierbei eines der relevantesten.

Rezipienten wissen meist die Regeln der journalistischen Arbeit, welches den Kauf oder die Leseentscheidung dieser prägen. So sieht Oehmer die Erwartungskonformität als zentralen Faktor einer Sicherstellung des Journalismus.

Sie argumentiert, dass sofern der Journalismus den Erwartungen der Rezipienten gerecht wird, so wird dies in Folge mit einem erneuten Kauf oder Rezeptionsentscheid belohnt (vgl. Ohmer, 2016:259f.).

Wyss sieht das Qualitätsmanagement im Fokus zur Sicherung von Journalismus. Er argumentiert, dass „ein funktionales Qualitätsmanagement dazu dient, die institutionelle Ordnung des Journalismus in der Redaktion zu sichern“ (Wyss, 2106:271).

Zusammenfassend bieten institutionelle Theorien neue Chancen für die Kommunikationsforschung. Es können neue Perspektiven gewonnen werden und Forschungsmöglichkeiten eröffnet werden. Die Schrift von Marie Luise Kiefer (2010) „*Journalismus und Medien als Institutionen*“ bringt bis heute ein breites Diskussionsspektrum mit sich. Mit ihrem Finanzierungsbeitrag wagt sich die Medienökonomin weit vor. Ihr vorgeschlagener Dritter Weg stößt zwar auf Kritik, regt aber dennoch zum Nachdenken über die künftige Finanzierung und auch über den Journalismus und dessen Leistung für die Gesellschaft an. Die Debatte über die Frage einer Finanzierung von Journalismus in Zeiten des Internets, der Medienkonvergenz und sinkender Zahlungsbereitschaft der Rezipienten ist eröffnet und es müssen Lösungen zu einer Sicherstellung von Journalismus gefunden werden.

Im Zuge der Arbeit sind einige Forschungslücken aufgetaucht. So stellt sich Jarren die Frage, ob neue Organisationsformen wie *Social Media* sich auch als Institutionen begreifen lassen können. Ob und wenn ja welche Onlinemedien sich als Institutionen begreifen lassen können und welche Bedeutung dies für die gesamtgesellschaftliche Kommunikation hat ist noch eine offene Frage in der Wissenschaft.

Des Weiteren ist das Internet noch zu wenig im Fokus der Wissenschaft. Kiefer selbst bezeichnet das Internet als das „Unbekannte“. Da es jedoch zunehmend in den Mittelpunkt der Welt der Medien rückt, sollte dieses Medium so schnell wie möglich wissenschaftlich erforscht werden. Es stellt sich einhergehend die Frage inwiefern sich dadurch der Journalismus als Institution wandelt.

Ergänzend dazu, sollte sich die Frage gestellt werden, wie viel Kontrolle der Journalist über seinen Inhalt haben darf. Denn durch das aufkommenden Lügenpresse-Debatte wird die Legitimität des professionellen Journalismus immer mehr in Frage gestellt.

Die Zukunft des Journalismus bleibt spannend und es wird Zeit für neue Lösungsvorschläge. Donsbach und Kollegen (2009:197) bringen es auf den Punkt: „Weitermachen wie bisher ist jedenfalls die schlechteste Alternative.“

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Spezifika von Medien als Wirtschaftsgüter	65
Abbildung 2 Systematik der Erlösformen.....	67

Literaturverzeichnis

Altmeppen, Klaus – Dieter / **Löffelholz**, Martin (1998): Journalismus. In: **Jarren**, Otfried / **Sacinelli**, Ulrich / **Saxer**, Ulrich (Hrsg.) (1998): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch im Lexikonteil: S. 414-421.

Altmeppen, Klaus – Dieter (2006): Journalismus und Medien als Organisation. Leistungen, Struktur und Management. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Altmeppen, Klaus-Dieter (2006b), Ökonomisierung. In: Bentele, Günter, Hans-Bernd Brosius, Otfried Jarren (Hg.), Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden S. 208.

Baugut, Philip (2016): Zwei Seiten derselben Medaille – die Autonomie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und die öffentliche Finanzierung des professionellen Journalismus. In: **Jarren**, Otfried / **Steininger**, Christian [Hrsg]: Journalismus jenseits von Markt und Staat. Institutionentheoretische Ansätze und Konzepte in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft S.235-240.

Burkart, Roland / **Hömborg**, Walter (Hg.) (2012): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. 6. Auflag. Wien: new academic press.

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag S. 35-46.

Bucher, Hans – Jürgen (1998): Journalismus. In: Ueding, Gert (1998): Historisches Wörterbuch der Rhetorik. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

Bucher, Hans – Jürgen (2004): Journalismus als kommunikatives Handeln. Grundlagen einer handlungstheoretischen Journalismustheorie. In: **Löffelholz**, Martin (Hrsg.) (2004): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 263-286.

Blaes, Ruth (2004): Die Zukunft des Journalismus. In: **Neubert**, Kurt / Helmut Scherer (Hg.), Die Zukunft der Kommunikationsberufe. Ausbildung, Berufsfelder, Arbeitsweisen. Konstanz, S. 279-286.

Blöbaum, Bernd (2004): Organisationen, Programme und Rollen. Die Struktur des Journalismus in systemtheoretischer Perspektive. In: **Löffelholz**, Martin (Hrsg.) (2004): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 201- 216.

Blöbaum, Bernd (2005): Wandel und Journalismus – Vorschlag für einen analytischen Rahmen. In: **Behmer**, Markus / **Blöbaum**, Bernd / **Scholl**, Armin / **Stöber**, Rudolf (Hrsg.) (2005): Journalismus und Wandel. Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien. Wiesbaden: VS. Verlag. S. 41 – 60.

Breitenecker Markus, **Milborn** Corinna (2018) : Change the Game, Wie wir uns das Netz von Facebook und Google zurückerobern, Brandstätter Verlag, 2018.

Donges, Patrick/ **Puppis**, Manuel (Hrsg.) (2003): Die Zukunft des öffentlichen Rundfunks- Internationale Beiträge aus Wissenschaft und Praxis, Herber von Halem Verlag, Köln.

Donges, Patrick (2006): Medien als Institutionen und ihre Auswirkungen auf Organisationen. Perspektiven des soziologischen Neo-Institutionalismus für die Kommunikationswissenschaft. In: M&K Medien und Kommunikationswissenschaft, Jahrgang 54 (2006), Heft 4. S. 563- 578.

Donges, Patrick (2013): Klassische Medien als Institutionen. In: Künzler, Matthias / **Oehmer**, Franziska / **Puppis**, Manuel / **Wassmer**, Christian (2013): Medien als Institutionen und Organisationen. Institutionalistische Ansätze in der Publizistik – und Kommunikationswissenschaft. Baden – Baden: Nomos. S. 87-96.

Donges, Patrick (2016): Wie argumentiert, konstituiert und sichert man autonome Institutionen in einer Gesellschaft? In: Otfried **Jarren** / **Steininger**, Christian [Hrsg.]: Journalismus jenseits von Markt und Staat. Institutionentheoretische Ansätze und Konzepte in

der Publizistik und Kommunikationswissenschaft. Festschrift für Marie – Luise Kiefer. S.197-202.

Donsbach, Wolfgang / Mathias Rentsch / Anna-Maria Schielicke / Sandra Degen (2009): Entzauberung eines Berufs. Was die Deutschen vom Journalismus erwarten und wie sie enttäuscht werden. Konstanz.

Dröge, Nicola (2001): Grauzone Theorie: Reflexivität im Fernseh-Unterhaltungsjournalismus, In: Siegfried J. Schmidt/ Joachim Westerbarke/ Guido Zurstiege (Hg.): a/effektive Kommunikation: Unterhaltung und Werbung, Münster, Lit: S.95-109.

Franke, Siegfried F. (1998): Autonome Institutionen und die Grenzen ihrer demokratischen Legitimation. In: **Grönzinger, Gerd / Panther, Stephan** (Hrsg), (1998): Konstitutionelle Politische Ökonomie – sind unsere gesellschaftlichen Regelsysteme in Form und guter Verfassung? Marburg: Metropolis – Verlag. S. 89 – 130.

Göbel, Elisabeth (2002); Neue Institutionenökonomik. Konzeption und betriebswirtschaftliche Anwendung. Stuttgart: Lucius & Lucius Verlag.

Hannerer, Regina / Steininger, Christian (2009): Die Bertelsmann Stiftung am Institutionengefüge. Medienpolitik aus Sicht des ökonomischen Institutionalismus. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2009, 1. Auflage.

Hanitzsch, Thomas (2007): Journalismuskultur, Zur Dimensionierung eines zentralen Konstrukts der kulturvergleichenden Journalismusforschung. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, 57, 2, 153-171.

Haller, Michael (2004): Die zwei Kulturen. Journalismustheorie und journalistische Praxis. In: Löffelholz. Martin (Hrsg.) (2004): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hanitzsch, Thomas (2004): Integration oder Koorientierung? Risiken funktionaler Differenzierung und Journalismustheorie In: Martin Löffelholz (Hg.): Theorien des

Journalismus. Ein diskursives Handbuch, 2. Aktualisierte, überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden, Verlag für Sozialwissenschaften. S. 217-232.

Hohlfeld, Ralf (2002): Distinktionsversuche im Fernsehjournalismus. Das Verschwinden von Journalismus durch Inszenierung. In: **Braun**, Achim, Siegfried J. **Schmidt** (Hg.), Fakten und Fiktion. Konstanz, 101 – 113.

Holl, Christopher (2004): Wahrnehmung, menschliches Handeln und Institutionen. Tübingen: Mohr Siebeck.

Jarren, Otfried / **Donges** Patrick (2005): Der öffentliche Rundfunk in der Gesellschaft – Begründung, Wandel und Konflikte um eine Leitidee am Beispiel der Schweiz. In: Ridder, Christa-Maria / Langenbucher, Wolfgang R. / Saxer, Ulrich / Steininger, Christian (Hrsg): (2005) Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. S.146-161.

Jarren, Otfried (2008): Massenmedien als Intermediäre. Zur anhaltenden Relevanz der Massenmedien für die öffentliche Kommunikation. In: M&K– Medien- und Kommunikationswissenschaft 56, H. 3-4, S.329–34

Jarren, Otfried / Ulrich, **Sarcinelli** / Ulrich, **Saxer** (Hg.) (1998): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch. Opladen, Wiesbaden.

Jarren, Otfried / **Steininger**, Christian (2016): Journalismus jenseits von Markt und Staat. Baden – Baden: Nomos.

Jarren, Otfried (2016): Medien als Institutionen: Medien oder Journalismus als Institution? In: **Jarren**, Otfried / **Steininger**, Christian: Journalismus jenseits von Markt und Staat. Institutionentheoretische Ansätze und Konzepte in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Festschrift für Marie- Luise Kiefer. Nomos. S. 35-61.

Just, Natascha / **Latzer**, Michael (2017): Institutionalistische Theorieansätze für die Medienökonomie. In: **Krone**, Jan / **Pellegrini**, Tassilo (Hrsg.) (2017): Handbuch Medienökonomie. Wiesbaden: Springer Verlag.

Kiefer, Marie – Luise (1996): Unverzichtbar oder überflüssig? Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der Multimedia – Welt. In: Rundfunk und Fernsehen 44/1, S.7-26.

Kiefer, Marie – Luise (1997): Ein Votum für eine publizistikwissenschaftlich orientierte Medienökonomie, in Publizistik, 42 Jg. (1): S. 54-61.

Kiefer, Marie – Luise (2001): Medienökonomik. Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien. R. Oldenbourg Verlag München Wien.

Kiefer, Marie – Luise (2003): Medienökonomie und Medientechnik, in: Altmeppen, Klaus-Dieter / Matthias Karmasin (Hrsg.). Medien und Ökonomie. Band 1/2. Grundlagen der Medienökonomie, Opladen 2003, S.181-208.

Kiefer, Marie – Luise (2005): Medienökonomik. Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien. 2. vollständig überarbeitete Auflage. München, Wien.

Kiefer, Marie – Luise (2010): Journalismus und Medien als Institution. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Kiefer, Marie – Luise (2011a): Die schwierige Finanzierung des Journalismus. In: Medien & Kommunikationswissenschaft. 59. Jg. 2011 / 1. S. 5 – 22.

Kiefer, Marie – Luise (2011b): Wider den Steuerungspessimismus. Antwort auf die Repliken von Stephan Ruß-Mohl und Rudolf Stöber. In: Medien & Kommunikationswissenschaft. 59. Jg. 2011/ 3. S- 420-424.

Kiefer, Marie-Luise (2013): Journalismus und Medien als Institutionen – systemtheoretisch betrachtet, In: **Künzler** Matthias / **Oehmer** Franziska / **Puppis** Manuel / **Wassmer** Christian [Hrsg.]: Medien als Institutionen und Organisationen. Institutionalistische Ansätze in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, 1. Auflage 2013. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden – Baden S. 117-131.

Kiefer, Marie-Luise / Steininger, Christian (2014): Medienökonomik, 3. Aktualisierte und erweiterte Auflage, München: De Gruyter. S.75-128.

Kubicek, Herbert (1997): Das Internet auf dem Weg zum Massenmedium? Ein Versuch, Lehren aus der Geschichte alter und anderer neuer Medien zu ziehen. In: Werle Raymund, Christa Lang (Hg), Modell Internet? Entwicklungsperspektiven neuer Kommunikationsnetze. Frankfurt/New York, 213-239.

Küssner, Martin (1995): Gustav Schmollers Institutionenlehre im Lichte der Northschen Theorie des Institutionellen Wandels. Ansätze zu einer allgemeineren Theorie des Institutionenwandels. Dissertation an der Universität zu Köln. Köln.

Lapassade, Georges (1924): Gruppen, Organisationen, Institutionen. Stuttgart 1972.

Löffelholz, Martin (2002): Journalismuskonzepte. Eine synoptische Bestandsaufnahme. In: Neverla, Irene et al. (Hrsg.): Grundlagen-Texte zur Journalistik. Konstanz, S. 35–51

Loosen, Wiebke / Scholl, Armin (2002): Entgrenzungsphänomen im Journalismus. Entwurf einer theoretischen Konzeption und empirischer Fallstudien. In: Baum, Achim / Schmidt, Siegfried J. Schmidt (Hg.) Fakten und Fiktionen. Konstanz, 139-151.

Ludwig, Johannes (2011b): Werbefinanzierung. In: Sjurts, Insa (Hg.): Gabler Lexikon Medienwirtschaft. 2., aktualisierte und erweiterte Auflage Wiesbaden: Gabler. S. 652–654.

Luhmann, Niklas (2017): Systemtheorie der Gesellschaft. Suhrkamp Verlag Berlin.

Mantzavinos, Chrysostomos (2007): Individuen, Institutionen und Märkte. Tübingen: Mohr Siebeck.

Neuberger, Christoph (2004a), Lösen sich die Grenzen des Journalismus auf? Dimensionen und Defizite der Entgrenzungsthese. In: Roters, Gunnar, Walter Klinger, Maria Gerhards (Hg.), Meidnezukunft – Zukunft der Medien. Baden – Baden, S. 95-112.

Neuburger, Christoph (2016): Journalismus als Institution. In: **Jarren**, Ottfried / **Steininger**, Christian (Hrsg.) (2016): Journalismus jenseits von Markt und Staat. Baden – Baden: Nomos. S.63-80.

North, Douglass C. (2005): Understanding the Process of Economic Change. Princeton, Oxford.

North, Douglass C (1994): Economic Performance Through Time. In: The American Economic Review. 84 Jg. 1994/ 3: S.359 – 268.

North, Douglass C (1992): Institutionen, institutioneller Wandel und Wirtschaftsleistung Tübingen 1992.

Oehmer, Franziska: Was das Publikum nicht kennt, liest es nicht. Die redaktionelle Linie als institutionalisierte Regel zwischen Kommunikator und Rezipient. In: **Jarren**, Ottfried / **Steininger**, Christian (Hrsg.) (2016): Journalismus jenseits von Markt und Staat. Baden – Baden: Nomos. S.259-263.

Ostrom, Elinor (1999). Verfassung der Allmende: jenseits von Staat und Markt. Tübingen: Mohr Siebeck.

Ostrom, Elinor (2005): Understanding institutional Diversity. New Jersey: Princeton University Press.

Picard, Robert (2010):"Value"creation"and"the"future"of"news"organizations."Why"and"how"journalism"must"change"to"remain"relevant"in"the"twenty\first"century."Formalpress"MediaXXI."Barcelona.

Pies, Ingo (2001): Theoretische Grundlagen demokratischer Wirtschaft und Gesellschaftspolitik – Der Beitrag Oliver Williamsons. In: **Pies**, Ingo / **Leschke**, Martin (2001): Oliver Williamsons Organisationsökonomik. Tübingen: Mohr Siebeck. S. 1-28.

Pürer, Heinz (2015): Journalismusforschung. UVK Verlagsgesellschaft m b H, Konstanz, München. S. 127-133.

Pöttker, Horst (2017): Lügenpresse? Zehn Thesen zur Situation des Journalismus heute. In: *Communicatio Socialis*. 50. Jg. 2017 / 4: S. 521-525.

Rau, Harald (2007): Journalismus zwischen Anpassung und Aufklärung. Oder: von der Notwendigkeit einer Politischen Medienökonomie. In: **Steininger, Christian** (Hg.) (2007): *Politische Ökonomie der Medien. Theorie und Anwendung*. Wien / Berlin: Lit. Verlag S.209 - 226.

Russ-Mohl, Stephan (2011): Der Dritte Weg – eine Sackgasse in Zeiten der Medienkonvergenz. In: *Medien und Kommunikationswissenschaft* 59. Jg. 2011 3. S. 401-414.

Rühl, Manfred (1992): Theorie des Journalismus. In: **Burkart, Roland/Hömborg, Walter** (Hg.): *Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung*. Wien, S.117–133.

Rühl, Manfred (1980): *Journalismus und Gesellschaft*. Mainz: Hase & Koehler Verlag.

Rühl, Manfred (2004): Theorie des Journalismus, In: **Burkart, Roland / Walter Hömborg** (Hg.), *Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung*. Wien, 117-140.

Saxer, Ulrich (1975): Das Buch in der Medienkonkurrenz. In: **Göpfert Herbert G.u.a.** (Hrsg.) 1974, S. 206-235.

Saxer, Ulrich (1994): Publizistik und Gesellschaft. In: **Saxer, Ulrich/Bonfadelli, Heinz** (Hrsg.): *Einführung in die Publizistikwissenschaft. Eine Textsammlung*. Zürich, S. 93-109.

Saxer, Ulrich (1998): Der Forschungsgegenstand der Medienwissenschaft. Beitrag für ein Handbuch von **Erich Strassner** (Hrsg.): in Vorbereitung S.1-38.

Schimank, Uwe (2007a): *Theorien gesellschaftlicher Differenzierung*. 3. Auflage, Wiesbaden: VS. Verlag.

Schimank, Uwe (2016): Institutionengestaltung gegen Ökonomisierung – Nachfragen zu einem wichtigen Vorschlag zur Finanzierung der Journalismus 81-112; In: **Jarren, Otfried /**

Steininger, Christian: Journalismus jenseits von Markt und Staat. Institutionentheoretische Ansätze und Konzepte in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Festschrift für Marie- Luise Kiefer. Nomos. S. 81-112

Searle, John R. (2004): Geist, Sprache und Gesellschaft. Frankfurt/M.

Searle, John R. (2005): What is an institution? In: Journal of Institutional Economics, 1,1, S. 1-22.

Seufert, Wolfgang (2016): Entstehung und Wandel der Institutionen Journalismus und Medien 137-157. In: **Jarren**, Otfried / **Steininger**, Christian: Journalismus jenseits von Markt und Staat. Institutionentheoretische Ansätze und Konzepte in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Festschrift für Marie- Luise Kiefer. Nomos. S. 35-61.

Schnellmann, Regina (2011): Das ökonomische Dilemma der Medienproduktion. Eine Institutionenökonomische Betrachtung. Springer Fachmedien Wiesbaden, 2013.

Schnellmann, Regina (2016): Kiefer revisited: Wie argumentiert, konstituiert und sicher man autonome Institutionen in Gesellschaften? In: **Jarren**, Otfried / **Steininger**, Christian: Journalismus jenseits von Markt und Staat. Institutionentheoretische Ansätze und Konzepte in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Festschrift für Marie- Luise Kiefer. S.187-196.

Schreyögg, Georg (1999): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 3., überarbeitete und erweiterte Auflage., Wiesbaden. Gabler.

Stöber, Rudolf (2011): Eine gefährliche Finanzierung des Journalismus – Replik auf Kiefer. In: Medien & Kommunikationswissenschaft. 59 Jg. 2011/ 3. S. 415-419.

Steininger, Christian (2004): Das politische Dilemma medialer Produktion. In: **Imhof**, Kurt/**Blum**, Roger/**Bonfadelli**, Heinz/**Jarren**, Otfried (Hrsg.): Mediengesellschaft: Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken. Wiesbaden, S. 295-313.

Türk, Klaus (1978): Soziologie der Organisation: Eine Einführung, Ferdinand Enke Verlag Stuttgart.

Weichler, Kurt (2012): Warum der Journalismus derzeit an Wert verliert In: SignsBook-Zeichen setzen in der Kommunikation, Gabler Verlag, Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 13-21.

Weischenberg, Siegfried (2010): Das Jahrhundert des Journalismus ist vorbei: Rekonstruktionen und Prognosen zur Formation gesellschaftlicher Selbstbeobachtung In: Bartelt-Kircher, Gabriele / Bohrmann, Hans. / Haas, Hannes. / Jarren, Otfried. / Pöttker, Horst. / Weischenberg, Siegfried: Krise der Printmedien? Eine Krise des Journalismus? Berlin /Boston, De Gruyter Saur, S. 32-61.

Wyss, Vinzenz / Keel, Guido (2010): Journalismusforschung. In: **Bonfadelli, Heinz / Jarren Otfried / Siegert, Gabriel** (Hg.) (2010): Einführung in die Publizistikwissenschaft. 3., vollständig überarbeitete Auflage. Bern / Stuttgart / Wien: Haupt Verlag. S.335 – 378.

Wyss, Vinzenz (2016): Institutionelle Ordnung durch Qualitätsmanagement sichern. In: **Jarren, Otfried / Steininger, Christian**: Journalismus jenseits von Markt und Staat. Institutionentheoretische Ansätze und Konzepte in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Festschrift für Marie- Luise Kiefer. S.265-273.

von Rimscha, Bjørn/Siegert, Gabriele (2015): Medienökonomie: eine problemorientierte Einführung. Wiesbaden: Springer VS.

Internetquellen:

Der ORF (2019): Die Finanzierung des ORF (13.08.2019) In: <https://der.orf.at/kundendienst/gebuehren/index.html>.

Abstract Deutsch

Marie Luise Kiefer legte mit ihrer Schrift „*Journalismus und Medien als Institution*“ (2010) einen fundamentalen Grundstein in der Auseinandersetzung mit Institutionen innerhalb der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ihre Ausarbeitung einer institutionellen Betrachtung von Journalismus und Medien bietet einen umfassenden Blick auf Institutionen im kommunikationswissenschaftlichen Kontext.

Das Hauptziel der Arbeit ist das Zusammentragen der wichtigsten wissenschaftlichen Ausarbeitungen, in Bezug auf die Sicherstellung von Journalismus in einer demokratischen Gesellschaft. Als Basis dient Kiefers Ausarbeitung der institutionellen Ansätze von Journalismus und Medien, welche durch diverse Überlegungen, Ansichten und Kritiken verschiedener Wissenschaftler ergänzt werden.

Es zeigt sich, dass die Einbindung der institutionellen Theorie unterschiedliche Vorteile mit sich bringt. Durch sie eröffnen sich neue Sichtweisen in der Kommunikationswissenschaft, insbesondere im Zusammenspiel von Journalismus und Medien. Diese neuen Blickwinkel ermöglichen neue Chancen in der Wissenschaft, welche in künftigen Forschungen eingebunden werden sollten. Im Speziellen eröffnen sie neue Einblicke in das Zusammenspiel von Institution und Organisation sowie dem Wandel von Institutionen. Werden Medien und Journalismus als Institution betrachtet, so erlaubt dies eine Trennung der Begriffe. Das spielt insbesondere bei der Finanzierung von Journalismus eine wichtige Rolle, denn speziell aufgrund des derzeitigen ökonomischen Druckes, ist es für die Journalismusforschung wichtig, die institutionellen Theorien in ihren Analysen einzubinden.

Für weitere Forschungsvorhaben können institutionelle Theorien, auch im Bereich der Online Medien oder Social Media, übertragen werden und ermöglichen dadurch neue Forschungsmöglichkeiten in der Kommunikationswissenschaft.

Abstract Englisch

With her work *Journalism and Media as an institution* Marie Luise Kiefer laid a foundation in dealing with institutions of journalism and media in the field of communication science. Her elaboration of an institutional view of journalism and media offers a comprehensive perspective of institutions in the context of communication research.

The aim of the work is to collect the most important scientific papers related to ensure journalism in a democratic society. The basis for this is Kiefer's elaboration of the institutional approaches of journalism and media, which are complemented by diverse reflections, views and criticisms of various scientists.

It turns out that the integration of institutional theory has a lot of different advantages for communication studies. It opens up new perspectives on communication science, especially in the interaction of journalism and media. These offer new opportunities in science, which should be included in future research. In particular, they provide new insights into the interaction between institution and organization, as well as the transformation of institutions. Considering media and journalism as institutions, it allows a separation of these two concepts. This is particularly important in the funding of journalism, especially because of the current economic pressure, it is important for journalism research, to integrate the institutional theories in their analysis.

For further research projects, institutional theories, also in the field of online media or social media, can be transferred, thereby opening up new research opportunities in communication science.