

MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

"Boundary Work im Musikjournalismus"

Eine Untersuchung über das journalistische Rollenselbstverständnis von Musiker:innen

verfasst von | submitted by

Vanessa von Reth BA

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2024

Studienkennzahl lt. Studienblatt |
Degree programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree programme as it appears on the student record sheet:

Masterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von | Supervisor:

Univ.-Prof. Folker Hanusch BA (Hons) PhD

Für Papa.
Ich weiß, du wärst stolz.

Ruhe in Frieden.

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich die Gelegenheit nutzen, um den Menschen zu danken, die mich in den letzten Jahren auf dem Weg zur Fertigstellung dieser Masterarbeit begleitet haben.

Mein besonderer Dank gilt meinem Betreuer, Univ.-Prof. Folker Hanusch, BA (Hons) PhD, der mich während des Prozesses mit seiner Expertise und seinem Feedback unterstützt hat. Seine Ratschläge und Anregungen waren entscheidend für das Gelingen dieser Arbeit.

Ebenso ein großes Dankeschön an meine Familie und Freunde, die mich während meines gesamten Studiums immer begleitet haben. Eure stetige Unterstützung – besonders durch aufmunternde Gespräche und offene Ohren – haben mir die Kraft gegeben, auch in schwierigen Momenten weiterzumachen.

Zum Schluss möchte ich mich tatsächlich auch bei mir selbst bedanken. Dafür, dass ich nie aufgegeben habe, auch wenn es manchmal schwierig war.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	1
1.1 Erkenntnissinteresse und Relevanz der Arbeit.....	2
1.2 Aufbau der Arbeit	3
2. Theoretischer Rahmen	4
2.1 Journalismus.....	4
2.1.1 Makroebene	6
2.1.2 Mesoebene	6
2.1.3 Mikroebene	6
2.2 Darstellungsformen im Journalismus.....	7
2.3 Kulturjournalismus.....	8
2.4 Die Entwicklung des Musikjournalismus	10
2.4.1 Musikjournalismus im Internet.....	12
2.5 Rollenverständnis	13
2.5.1 Gatekeeping	14
2.5.2 Gatewatching	16
2.6 Boundary Work.....	17
2.6.1 Boundary Markers	19
3. Aktueller Forschungsstand	23
4. Forschungsfragen	28
5. Methodendesign	29
5.1 Vor- und Nachteile der Methodik	30
5.2 Samplingverfahren	31
5.3 Das Leitfadeninterview	33
5.4 Pre-Test	33
5.5 Aufbau des Leitfadens.....	34
5.6 Empirische Untersuchung	37
5.6.1 Analyse & Auswertung qualitativer Daten.....	37
5.6.2 Paraphrasierung der Interviews	39

5.6.2.1 Linton	39
5.6.2.2 Elliott.....	41
5.6.2.3 Eric	43
5.6.2.4 Jamie.....	44
5.6.2.5 Zach.....	46
5.6.2.6 Sami.....	48
5.6.2.7 Samuel.....	50
5.6.3 Kategorienbildung	52
6. Ergebnisse & Diskussion.....	55
6.1 Definition Musikjournalismus	55
6.2 Arbeitsweise & Motive	57
6.3 Veröffentlichungen von Musiker:innen	58
6.4 Rollenverständnis	60
6.5 Gemeinsamkeiten von Musiker:innen und Journalist:innen	62
7. Hypothesen	65
8. Conclusio	66
8.1 Fazit.....	66
8.2 Limitationen & Kritik	67
8.3 Ausblick	68
9. Literaturverzeichnis	69
9.1 Internetquellen.....	76
9.2 Abbildungsverzeichnis.....	77
10. Anhang.....	78
10.1 Interviewleitfaden Deutsch	78
10.2 Interviewleitfaden Englisch	81
10.3 Daten der Interviews	83
10.4 Kategorieschema	85
10.5 Datenschutzrechtliche Einverständniserklärung	89
11. Abstract	90

1. Einleitung

Für die meisten Menschen ist Musik ein integraler Bestandteil ihres alltäglichen Lebens. Dabei ist es egal, ob es sich um das bewusste oder unbewusste Hören, das eigene Praktizieren oder um die Auseinandersetzung mit musikjournalistischen Inhalten handelt – genauso wie der tägliche Konsum von Nachrichten. „Musik unterschiedlicher Genres spielt eine zentrale Rolle im Medienkonsum und in der journalistischen Berichterstattung in den Bereichen Kultur und Medienwelt.“ (Overbeck, 2022, S. V) Besonders durch die Digitalisierung hat sich die Reichweite und Zugänglichkeit von Musik und der dazugehörigen journalistischen Berichterstattung verändert. Alber und Fohrwikl (2022, S. 463) betonen, dass die Nutzung von sozialen Medien mittlerweile fest im Alltag von Kulturredaktionen verankert ist.

Die sozialen Medien haben im Laufe der Jahre allerdings auch dazu beigetragen, dass Grenzen immer mehr verwischen. Dieses Phänomen macht sich ebenso im Journalismus bemerkbar. Es sind nicht nur neue Herausforderungen in Bezug auf die Qualität oder Glaubwürdigkeit für die Berichterstattung entstanden, sondern auch neue Möglichkeiten für mehr Vielfalt, Vernetzung und Partizipation. Das bedeutet, dass die bisher nur passiven Rezipient:innen nun auch eine Möglichkeit haben, sich öffentlich zu Wort zu melden. (vgl. Neuberger, 2013, S. 16) Durch diese Entwicklung in der Medienlandschaft haben sich neue Rollen unterschiedlicher Akteur:innen gebildet. Besonders aber wird dadurch die traditionelle Rolle der Journalist:innen herausgefordert: Sie sind nun nicht mehr die alleinigen Anbieter:innen von Nachrichten. Allerdings bedeutet das nicht automatisch, dass alle teilnehmenden Akteur:innen den Prinzipien des Journalismus folgen und somit als Journalist:innen angesehen werden können. (vgl. Ryfe, 2019, S. 850, zitiert nach Eldridge, 2019, S. 11f)

Doch was ist mit denjenigen, die sich journalistischen Kriterien bedienen? Besonders in den letzten Jahren ist vermehrt die Frage aufgekommen, ob Online-Meinungsbildner:innen als Journalist:innen angesehen werden können. Diese Debatte bezieht sich nicht nur auf Blogger:innen oder Influencer:innen, sondern kann auch auf weitere Akteur:innen ausgeweitet werden, die mit dem Feld Journalismus in Berührung kommen.

1.1 Erkenntnisinteresse und Relevanz der Arbeit

Musiker Marilyn Manson kündigt am 15. Mai 2023 auf seinem Instagram-Profil indirekt an, dass er an neuer Musik arbeitet (vgl. Manson, 2023), die Bands Megaherz und Combichrist geben ihre Co-Headline Tour am 24. April 2023 auf ihren eigenen Social Media-Accounts preis (vgl. Megaherz, 2023) und Musikerin Grimes nutzte Tumblr nicht nur um Einblicke in ihren kreativen Prozess zu geben, sondern auch um auf Naturkatastrophen aufmerksam zu machen (vgl. Grimes, 2016). Gleichzeitig schickt der amerikanische Musiker Eric13 einen monatlichen Newsletter an seine Patreon-Abonnent:innen aus, in denen er nicht nur alles rund um Musik diskutiert, sondern auch gesellschaftliche Relevante Themen, die ihm am Herzen liegen. Ganz abgesehen von weltbekannten Hits wie “They Don’t Care About Us“ von Michael Jackson (<https://www.michaeljackson.com/news/michael-jackson-on-the-meaning-of-the-track-they-dont-care-about-us/>) oder “Revolution“ von The Beatles (<https://www.udiscovermusic.com/stories/revolution-story-behind-song-beatles/>), die sich in ihren Songs mit politisch relevanten Themen auseinandergesetzt haben.

Dass die meisten Musiker:innen ihr Inneres durch ihre Musik zum Ausdruck bringen, ist nichts Neues mehr. In der digitalen Ära haben Musiker:innen nicht mehr nur die Möglichkeit, ihre Gedanken durch ihre Musik zum Ausdruck zu bringen, sondern auch auf ihren eigenen Plattformen über andere Themen frei zu sprechen. Dabei handelt es sich nicht nur um die Vermarktung der neusten Single oder Bekanntgabe der nächsten Tour, oftmals werden auch Einblicke in den kreativen Prozess, persönliche Meinungen zu kontroversen Themen oder neutrale Informationen über aktuelle Weltgeschehnisse geteilt. Einige Musiker:innen nutzen ihre Plattformen also dazu, um gesellschaftliche Missstände anzusprechen oder auf andere Krisen aufmerksam zu machen. Je nach Bekanntheit und Follower-Anzahl auf den sozialen Medien können die Aussagen und Meinungen der Künstler:innen erhebliche Wellen schlagen. Die Frage dabei ist – nehmen Musiker:innen dadurch eine journalistische Rolle ein?

Franzen (2022, S. 124) ist der Meinung, dass es sich bei professioneller und amateurhafter Kommunikation nicht mehr um getrennte Bereiche handelt. Es hat eine Entwicklung stattgefunden, bei der der Kulturjournalismus das Publikum entdeckt hat, doch auch die Rezipient:innen haben den Kulturjournalismus für sich entdeckt. Auch Wahl-Jorgensen & Hanitzsch (2009, zitiert nach Kristensen & From, 2015, S. 764) erkennen Veränderungen im

Feld durch die Digital- und Globalisierung. Sie unterscheiden zwischen vier Phasen (der normativen, empirischen, soziologischen und global-vergleichenden) in der Journalismusforschung. Besonders in der letzten Entwicklungsstufe lassen sich diese Veränderungen, wie das Verwischen von Grenzen zwischen Profis und Amateur:innen, erkennen.

1.2 Aufbau der Arbeit

Zu Beginn beschäftigt sich diese Arbeit mit dem theoretischen Rahmen. Hier wird zunächst eine kurze Einführung in den Begriff des Journalismus gegeben, mit anschließendem Einblick in den Kulturjournalismus sowie die Entwicklung des Musikjournalismus. Daraufhin wird auf die Thematik des Rollenverständnisses eingegangen, wobei verschiedene Ansätze aufgezeigt werden. Zum tieferen Verständnis von journalistischen Rollen erfolgt zunächst die Darstellung des klassischen Gatekeeper-Ansatzes und dessen Weiterentwicklung hin zu dem sogenannten Gatewatcher-Ansatz. Zum Schluss wird im Kapitel der Rollenverständnisse der Ansatz der Boundary Work diskutiert. Neben der Begriffsdefinition werden auch unterschiedliche Grenzziehungsprozesse erläutert. Anschließend wird ein Überblick über den aktuellen Forschungsstand und die herausgearbeiteten Forschungsfragen für diese Forschung gegeben.

Im zweiten Teil dieser Masterarbeit geht es um das ausgewählte Methodendesign und dessen Vor- und Nachteile. Für diese Arbeit wird ein qualitativer Forschungsansatz in Form eines Leitfadeninterviews mit Expert:innen verwendet. Der Leitfaden wird nach Fertigstellung im Anhang finden zu sein. Im Abschnitt der empirischen Untersuchung folgt die Analyse und Auswertung der durchgeführten Interviews mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse. Hier wird genauer auf das Vorgehen eingegangen bevor anschließend die Auswertungen Antworten auf die Forschungsfragen liefern. Zum Schluss werden die Ergebnisse der Forschung unter Berücksichtigung von vorhandenen Theorien und Limitationen der Arbeit interpretiert.

2. Theoretischer Rahmen

Den Grundstein für die vorliegende Arbeit setzt der Boundary Work-Ansatz. Um die Hintergründe dieser Forschung besser verstehen zu können, bedarf es zu Beginn jedoch einer Einführung in das Feld des Journalismus beziehungsweise des Kultur- und Musikjournalismus. Die Erläuterung der theoretischen Hintergründe der zugrunde liegenden Definitionen, Prinzipien und Ansätze schaffen somit eine solide Basis.

2.1 Journalismus

Der Tag beginnt mit einer Push-Notification am Handy, dem aufgedrehten Radiosender im Auto auf dem Weg zur Arbeit und abends folgt die Lieblingssendung auf die 18 Uhr Nachrichten. Die meisten von uns konsumieren sie jeden Tag, bewusst oder unbewusst: Nachrichten. Mittlerweile sind sie ein integraler Bestandteil unseres Lebens. Doch welche Merkmale müssen Nachrichten mitbringen, um als journalistisch angesehen zu werden? Und wie definiert sich Journalismus?

Im Laufe der Jahre haben sich in den unterschiedlichsten Forschungsfeldern viele verschiedene Theorien und Versuche zur Begriffsdefinition entwickelt. Beim Journalismus ist das nicht anders. „Die Systemtheorie ist sicherlich der schwerste Theoriebrocken in der Journalismusforschung.“ (Neuberger & Kapern, 2013, S. 26) Basierend auf dem Ansatz von Niklas Luhmann wird betont, dass die Gesellschaft sich verschiedenen Teilsystemen mit eigenen Funktionen bedient. Dabei kann es passieren, dass sich die einzelnen Teilsysteme wie zum Beispiel Politik, Wirtschaft oder Kultur aus den Augen verlieren. Hierbei kommt der Journalismus ins Spiel. Mit der Fähigkeit der Beobachtung verschafft sich der Journalismus stets einen Überblick über die Teilsysteme und dem Geschehen dieser. Dadurch ist es dem Journalismus möglich zwischen den einzelnen Systemen, Akteur:innen und Rezipient:innen zu vermitteln. (vgl. ebd., 2013, S. 26)

Die unten angeführte Grafik gibt einen Überblick über die funktionale Bedeutung des Journalismus. Inwiefern der Journalismus sich tatsächlich all dieser Funktionen bedient, hängt von Faktoren, wie der Situation in der Wirtschaft und auf dem Markt oder verschiedenen Strukturen und ihren Bedingungen, ab. (vgl. Nagy, 2013, S. 99)

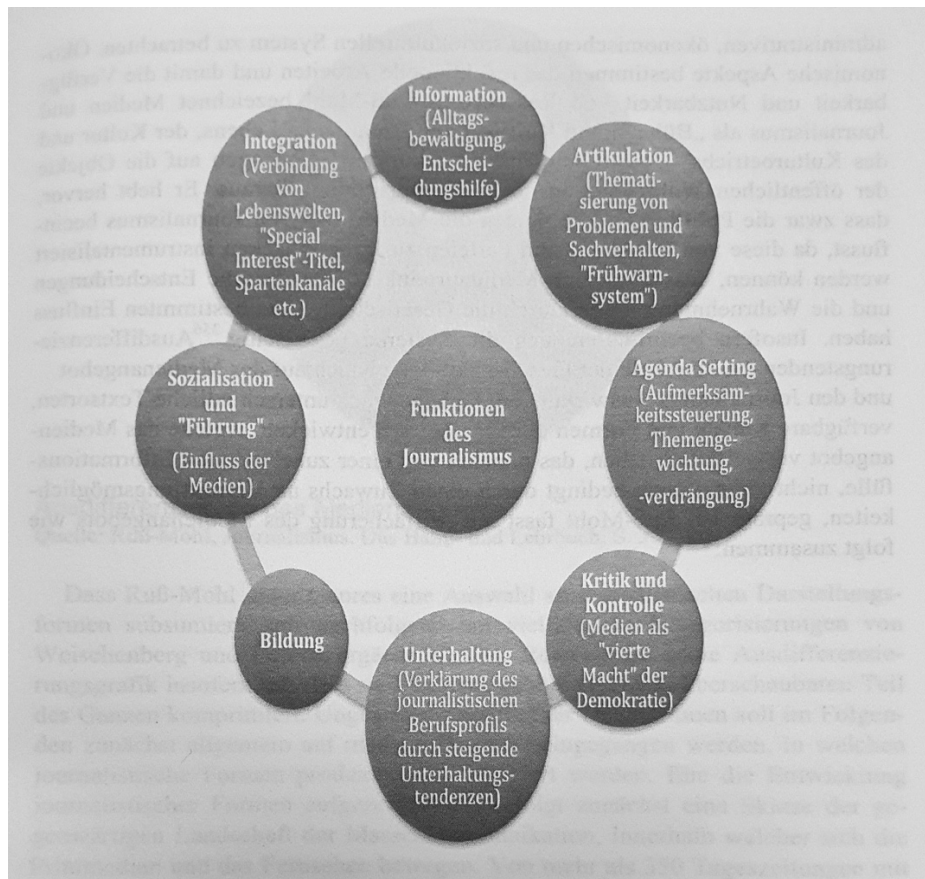


Abbildung 1: Funktionen des Journalismus (Ruß-Mohl, 2003, zitiert nach Nagy, 2013, S. 99)

Journalismus wird in unserer Gesellschaft mittlerweile als die „vierte Macht“ angesehen. Er dient als Organisationsträger unserer täglichen Debatten über aktuelle Herausforderungen und hat zur Aufgabe, uns angemessen zu informieren und zu warnen, damit wir uns unsere eigene Meinung bilden können. (vgl. Prinzing, 2022, S. 177) Das Stichwort hier ist informieren. Laut La Roche, Hooffacker & Meier (2013, S. 13) kann sich jede:r Journalist:in nennen, aber der entscheidende Punkt ist, dass informiert wird. Eine Nachricht muss also einen gesellschaftlichen Informationswert aufweisen, um als journalistisch angesehen zu werden. Außerdem ist es wichtig, dass Nachrichten sich mit aktuellen Themen auseinandersetzen und auf verständliche Art und Weise objektiv mitteilen, was geschieht. (vgl. ebd., 2013, S. 78)

Unter Betracht dieser Aspekte lässt sich sagen, dass der Journalismus unter vielen verschiedenen Einflussfaktoren steht. Wyss und Keel (2010, S. 348) kamen zu der Schlussfolgerung:

„Bei der empirisch-systematischen Analyse der Einflussfaktoren auf das journalistische Handeln wird oft stillschweigend vorausgesetzt, dass klar sei, was unter Journalismus

zu verstehen sei. Bei der theoretischen Bestimmung dessen, was als Journalismus gelten soll, stellen sich jedoch eine Reihe definitorischer Probleme. Diese resultieren aus der ausserordentlichen Vielfalt des Handlungsfeldes.“

Trotz aller Schwierigkeiten haben sich in der Kommunikationswissenschaft drei Ebenen entwickelt, die zur Beschreibung der Beziehungen zwischen dem Journalismus und allen anderen gesellschaftlichen Faktoren dienen.

2.1.1 Makroebene

Auf der Makroebene wird Journalismus als ein gesellschaftliches System betrachtet, in welchem der Journalismus alle anderen Systeme in der Öffentlichkeit mit passender Kommunikation miteinander verknüpft. Das heißt also, dass Journalismus als Beziehungsträger gesehen werden kann. Zugleich spielen aber die Rezipient:innen eine wichtige Rolle, denn sie sind diejenigen, die tatsächlich die Kommunikation von einem System ins andere tragen. Gleichzeitig sind die Publikumsrollen des Journalismus also auch Publikumsrollen der anderen Systeme. Die Merkmale der Unabhängigkeit, Aktualität und Glaubwürdigkeit sind neben den verbindlichen Modellen der Faktizität, Richtigkeit und Transparenz des Journalismus vorausgesetzt, um die benötigte gesellschaftliche Selbstbeobachtung zu erreichen. (vgl. ebd., S. 350-351)

2.1.2 Mesoebene

Auf dieser Ebene geht es darum, dass Medien es möglich machen, die durch journalistische Organisationen entstandenen Nachrichten zu verbreiten. Wichtig anzumerken ist hierbei, dass mit Organisationen nicht Verlagshäuser, sondern primär Redaktionen gemeint sind. Für Medienorganisationen ist dies aber nicht wirklich profitabel, weshalb sie versuchen, den Journalismus zu ihren Gunsten zu beeinflussen. Gleichzeitig entstehen durch diesen ökonomischen Druck auch Probleme für den Journalismus selbst. Es wird davon ausgegangen, dass dadurch journalistische Inhalte vermehrt leiden. (vgl. ebd., S. 355-356)

2.1.3 Mikroebene

Merkmale und Einstellungen einzelner Akteur:innen werden auf der Mikroebene betrachtet. Darunter fallen die Frage nach Berufsmotiven, der Ausbildung oder dem Rollenselbstbild der

Journalist:innen. Auch wenn die organisationsbezogene Perspektive aus der Mesoebene vermehrt in Betracht gezogen wird, wird die Forschung zu den Merkmalen und Einstellungen auf der Mikroebene als am wichtigsten angesehen. (vgl. ebd., S. 363)

2.2 Darstellungsformen im Journalismus

Mit dem Wandel, der in der Kommunikationswissenschaft weiterhin stattfindet, verändern sich nicht nur die einzelnen Ebenen, sondern auch die Inhalte. Schäfer-Hock (2018, S. 6) sieht die Veränderungen nicht nur auf der Ebene der Medienlandschaft, der Autor erkennt einen Wandel der gesamten Welt dahinter. Die Welt wird hierbei als ein Denkraum, in welchem Journalist:innen sich bewegen und mit den vorhandenen Perspektiven arbeiten, angesehen. Diese Veränderung der Welt führt dazu, dass Journalist:innen gezwungen sind sich an andere Formen des Berichterstattens, Schreiben und Erzählen, zu orientieren. Diese Formate können auch journalistische Darstellungsformen genannt werden. Der Journalismus bedient sich einer Vielzahl an den verschiedensten Formen mit jeweils anderer Wirkung.

„Journalistische Darstellungsform ist die formal charakteristische Art, in der ein zur Veröffentlichung in den Massenmedien bestimmter Stoff gestaltet wird.“ – so lautet die Definition von Reumann (2009, S. 129). Das bedeutet also, dass Inhalte auf eine spezielle Art und Weise präsentiert werden und Journalist:innen sich bestimmter Charakteristiken bedienen, um Informationen zu vermitteln. Diese Darstellungsformen lassen sich nach Reumann (2009, S. 130) in vier unterschiedliche Formen einteilen:

- Die **tatsachenbetonte Form**. Dazu gehören unter anderem Nachrichten, Berichte oder Reportagen.
- Die **meinungsbetonte Form**. Darunter versteht man zum Beispiel einen Kommentar, ein Porträt oder Rezensionen von Kunst, Filmen oder Musik.
- Die **unterhaltende Form**. Diese wird auch phantasiebetonte Form genannt und wird durch Kurzgeschichten, Feuilleton oder musikalische Gattungen definiert.
- Die letzte Form ist die **Mischform**. Hierbei geht es um Unterhaltungsformate wie Reality-TV oder Talkshows.

Jede dieser Formen enthält verschiedene Textsorten, die sich jeweils durch bestimmte Merkmale von den anderen abgrenzen. So zeichnet sich eine Nachricht zum Beispiel durch die Informationen von Ereignissen und Sachverhalten aus und fokussiert sich dabei auf die Beantwortung der Fragen nach Was, Wer, Wann und Wo. (vgl. ebd., 2009, S. 131) Bei zum Beispiel einer Glosse hingegen handelt es sich um einen kurzen Meinungsartikel zu einem aktuellen Ereignis. (vgl. ebd., 2009, S. 161) Der Journalismus bedient sich also einer Vielfalt an verschiedenen Darstellungsformen. Nagy (2013) zeigt allerdings auf, dass besonders im Kulturjournalismus diese Art von Analysen der einzelnen Darstellungsformen vernachlässigt werden. Das könnte unter anderem aber wohl daran liegen, dass sich kulturjournalistische Inhalte nur schwer anhand der klassischen Journalismus-Definitionen kategorisieren lassen. (vgl. S. 113) Wenn sich Inhalte aus dem Kulturjournalismus also nur schwer in die klassischen Kategorien des Journalismus einordnen lassen, kommt die Frage auf, woran das liegt. Ist es im Kulturjournalismus einfach nicht von Bedeutung, bestimmten Charakteristiken zu folgen? Oder lassen sich spezifische Kategorisierungen nicht finden, da im kulturellen Bereich die Präsentation der Inhalte weniger formell ist und es Überschneidungen der vielen verschiedenen traditionellen Merkmale gibt? Um eventuelle Antworten auf diese Fragen zu finden, wird im nächsten Kapitel näher auf den Kulturjournalismus eingegangen.

2.3 Kulturjournalismus

Bevor beantwortet werden kann, worum es sich bei Kulturjournalismus handelt, geht es ganz kurz um die Frage, was überhaupt Kultur ist. Die Autorin Nagy (2013) erkennt Kultur als ein Resultat unseres Alltags, welches sich nicht nur von Land zu Land unterscheidet, sondern auch aufgrund der Sprache. Im deutschen Raum wird der Begriff Kultur als ein einzelnes Ergebnis von geistigen oder künstlerischen Entwicklungen definiert. (S. 19-20) Außerdem wird der Begriff Kultur nach einer normativen, deskriptiven oder produktbezogenen Definition unterschieden. Von Bedeutung für diese Arbeit ist der produktbezogene Begriff, da es sich hierbei um kulturelle Produkte, wie Literatur oder Musik, handelt. (vgl. ebd., S. 21-23)

Spricht man von Kulturjournalismus denken einige wahrscheinlich noch an den klassischen Feuilleton. Als „Feuilleton“ wurde das Zeitungsressort definiert, welches sich hauptsächlich auf Künste und die Bewertung dieser künstlerischen Leistungen als seinen zentralen Gegenstand bezogen hat. (vgl. Lüddemann, 2015, S. 3) Laut Dovifat (1976, S. 73) kann man das Feuilleton in unterschiedliche Komponenten unterteilen. Die erste ist die sogenannte

redaktionelle Sparte, die alle wichtigen Nachrichten in Bezug auf Kunst, Theater, Film und Funk enthält. Dazu gehören außerdem noch Meinungs- und Unterhaltungsteile, welche der ganzen Sparte mehr Charakter geben sollen. Des Weiteren sieht er das Feuilleton auch als eine Stilform und journalistische Haltung an. Hierbei geht es um eine bestimmte Art und Weise, wie die Geschehnisse betrachtet und dargestellt werden. Dovifat ist der Meinung, dass es ein gewisses Maß an Freude und Liebe benötigt und diese Art der Darstellung als feuilletonistische Kunst bezeichnet werden kann. (vgl. Dovifat, 1976, S. 107-110)

Doch mittlerweile kann der Begriff des Feuilletons ausgeweitet werden, hin zum Begriff des Kulturjournalismus. Franzen (2022, S. 114-115) versteht Feuilleton als einen Ort in den Medien, welcher kulturjournalistische Formate darstellt und die verschiedensten Arten publizistischer Publikationen, wie zum Beispiel Informationen, Kommentare oder Analysen, miteinander verschwimmen. Der Autor ist der Meinung, dass Feuilleton weder durch nur ein bestimmtes Thema noch einen bestimmten Veröffentlichungsort bestimmt werden kann. (vgl. ebd., 2022, S. 115) Mit den digitalen Veränderungen, die gegen Ende des 20. Jahrhunderts aufgetreten sind, musste sich natürlich auch das Feuilleton anpassen. Das Aufgabengebiet hat sich um einiges vergrößert, da sich auch die traditionellen Maßstäbe der Kulturdarstellung durch die Medien verändert haben. Deshalb definiert Lüddemann (2015) Kulturjournalismus als eine Bedeutungsproduktion, die nicht nur kulturell beschreibt, sondern auch aktiv interpretiert. Künstlerische Leistungen werden nicht mehr nur nach ihrem Können bewertet, sie werden auch im Hinblick auf soziale und mediale Zusammenhänge analysiert. Dabei werden neue Kulturinterpretationen geschaffen, die sich der ganzen Breite der unterschiedlichen medialen Kanäle und publizistischen Formaten bedienen. (vgl. Lüddemann, 2015, S. 9-11)

Mit den Veränderungen des Kulturjournalismus selbst treten ganz natürlich auch Weiterentwicklungen in der Rollenbezeichnung von Kulturjournalist:innen auf. Diese werden mitunter als eine Mischung aus Berichterstatter, Richter, Experten und Unterhalter definiert. (vgl. Stücheli-Herlach, 2012, zitiert nach Lüddemann, 2015, S. 21) Doch laut Lüddemann (2015, S. 21) sind diese Zuschreibungen äußerst widersprüchlich. Berichterstatter sollen objektiv berichten, Richter hingegen urteilen subjektiv, während Experten durchforschte Analysen veröffentlichen, und Unterhalter zur Beseßung der breiten Masse dienen. Der Autor kommt zu der Schlussfolgerung, dass Kulturjournalist:innen sich nicht nur auf eine Rolle dieses Konzeptes festlegen sollten. Viel wichtiger ist es hierbei, dass sie sich als Akteur:innen der Kultur verstehen, die nicht nur die Medien, sondern auch sich selbst mit allen Positionen und Wirkungen

beobachten, da kulturjournalistische Themen seiner Meinung nach neben klassischen Informationen auch eigene Meinungen und Interpretationen enthalten. (vgl. ebd., 2015, S. 19-24) Auch Porombka stützt diese Meinung mit seiner Aussage

„Für Kulturjournalisten bedeutet das seither, dass sie eine besondere Form des Journalismus betreiben. Zwar informieren sie auch immer über das, was aktuell im Kulturbetrieb passiert. [...] Kulturjournalisten sind aber immer zugleich auf Deutung aus, insofern sie wissen, dass man im Falle mehrdeutiger, >polyvalenter< Gegenstände nicht bloß einfach >informieren< kann, sondern sich immer schon im Modus der Interpretation befindet.“ (2012, S. 36)

Trotzdem erkennt der Autor, dass nicht jede:r Journalist:in automatisch mit kulturjournalistischen Texten die Ansprüche an die verschiedenen Formate erfüllt. Dies sei stark von den individuellen Profilen der Kulturjournalist:innen abhängig. Zu dem Anforderungsprofil gehören laut Porombka Merkmale wie ein ausgeprägtes erzählerisches Talent oder bestimmte Betriebskenntnisse über den Kulturbereich. (vgl. 2012, S. 37-39)

2.4 Die Entwicklung des Musikjournalismus

Musik selbst gibt es wohl schon so lange wie es Menschen gibt. Doch erst mit der Entwicklung passender Instrumente war es uns Menschen möglich, uns kritisch mit Musik auseinander zu setzen und dies auch öffentlich zu teilen. Zu Beginn ging es wortwörtlich um die Kritik an Musikwerken. Texte wurden meist in Zeitungen veröffentlicht und konzentrierten sich stark auf Fachvokabular oder Notenbeispiele. Im Augenmerk der Kritiken lagen üblicherweise die Korrektheit der Kompositionen und deren ästhetische Urteile, die sich automatisch daraus ergaben. Einen Wandel in der Musikkritik gab es erstmals mit E.T.A. Hoffmanns Rezension zur Fünften Symphonie von Beethoven. Hier wurde das Musikstück nicht mehr nur noch nach Richtigkeit beurteilt, sondern aus einer romantischen Perspektive mit Metaphern und Vergleichen. (vgl. Reus & Müller-Lindenberg, 2016, S. 9)

„Die Musikkritik gehört seit dem 18. Jahrhundert zu den gängigen Formen der Reflexion über Musik und war zunächst Gegenstand wissenschaftlicher Betrachtungen in der Kunstkritik als Teildisziplin der philosophischen Ästhetik sowie in der historischen Musikwissenschaft. Die empirische und durch methodische Grundsätze

der Sozialwissenschaft beeinflusste Auseinandersetzung mit Aspekten der Musikkritik findet erst seit jüngster Zeit statt.“ (Overbeck, 2022, S. 35)

Mit der Entstehung verschiedener Tonträger bis hin zu heutigen Streaming-Möglichkeiten von Ton und Bild, musste sich auch das Feld der Musikkritik an das langsame Aufkommen der Digitalisierung gewöhnen und daran anpassen. Zu Beginn konnten sich Journalist:innen weiterhin nur Printpublikationen bedienen. Hierbei können sie „[...] rezensierend und kritisierend – künstlerische Einzelerzeugnisse beschreiben und bewerten. Sie können sich zur Kennzeichnung musikalischen Geschehens und kultureller Zusammenhänge aber auch einer Fülle anderer Darstellungsformen bedienen (z. B. Glosse, Kommentar, Essay, Feature).“ (Reus, 2008, S. 87) Mit dem Radio, Fernsehen und später dem Internet haben sich eine Vielzahl an neuen Kanälen und somit Möglichkeiten aufgetan. Journalist:innen waren nicht mehr nur noch auf Wort und Schrift beschränkt, sie konnten den Rezipient:innen nun auch audio-visuelle Eindrücke mitgeben. Laut Lange (2018, S. 169) fungierten Musikjournalist:innen lange Zeit als eine Art Selektierer für das Publikum. Mittlerweile gibt es dafür nicht nur digitale Bewertungssysteme wie Algorithmen, sondern die Rezipient:innen können sich durch den einfachen Zugang zu Online-Medien ihre ganz persönliche Selektion zusammenstellen und problemlos ihre eigene Meinung bilden. „Ein Blick auf das Angebot der großen Online-Plattformen lässt erkennen, dass die Vielfalt verfügbarer Musik in der Geschichte der Musikwirtschaft wohl noch nie so groß war wie jetzt.“ (Gebismair, 2018, S. 16)

Das lässt die Fragen aufkommen, welche Bedeutung der Musikjournalismus selbst, aber vor allem auch Musikjournalist:innen heute noch spielen? „Vom Ende des Kulturjournalismus im Allgemeinen wie des Musikjournalismus im Besonderen raunen die Auguren auch immer wieder.“ (Reus & Müller-Lindenberg, 2016, S. 16) Denn mittlerweile nutzt fast jeder nicht nur das Internet, sondern besonders die sozialen Netzwerke, um sich über aktuelle kulturelle Angebote und deren Qualität zu informieren. Wohl nur noch wirkliche Liebhaber verlassen sich hierbei auf traditionelle Kritiken wie im Feuilleton, der Rest bildet sich die Meinung durch den eigenen Konsum. Denn auch immer öfter werden Bands durch Online-Communitys bekannt und die Künstler:innen stehen im direkten Austausch mit ihren Fans. (vgl. Mandel, 2012, S. 289)

Mit der Digitalisierung entstehen also nicht nur neue Möglichkeiten (und auch Hürden) für die Musikjournalist:innen, sondern natürlich auch für den Musikjournalismus. Verschiedene Plattformen haben über die Jahre mehr an Einfluss gewonnen, während traditionelle

Musikpublikationen verschwinden. Das ist aber nicht unbedingt etwas Schlechtes, sondern bietet den Journalist:innen den Raum für mehr Freiheit in ihren Meinungsäußerungen. (vgl. Blewett & Marcum, o. J.)

2.4.1 Musikjournalismus im Internet

Diese eben beschriebenen Veränderungen finden auf den verschiedensten Ebenen statt. So beschreibt Overbeck (2022), dass das Internet die Chance gibt, die kulturjournalistischen Inhalte auf unterschiedliche Arten und Weisen aufzubereiten. Die Vielzahl an Medienformaten wie Audio, Video oder Text erlauben es, Informationen je nach Bedarf kürzer oder länger mit weniger oder mehr Hintergrunddetails auszuschnücken. (vgl. S. 63) So erkennt auch Hufner (2022), dass auch die Erwartungen der Konsument:innen sich verändert haben. Die mittlerweile oft digitalen Musik- und Informationsquellen fordern, dass die Musikkritik beziehungsweise der Musikjournalismus sich stets weiterentwickelt und an neuen Inhalten orientiert. (vgl. S. 39) Der Autor weist darauf hin, wie diese Inhalte sich an bestimmten Formaten, wie zum Beispiel Twitter, oder auch Eingabegeräten wie Smartphones, orientieren. Diese geben somit nämlich unter anderem die Länge einer (Twitter-) Meldung vor, da man sich an die neuen Online-Gegebenheiten anpasst. (vgl. S. 479)

Aber nicht nur die Anforderungen an den Musikjournalismus erweitern sich durch das Internet, sondern auch die der Musikjournalist:innen selbst. Es ist logisch, dass sich die Rollen innerhalb eines Bereichs mitentwickeln müssen. Richter (2022) schlussfolgert:

“Was muss ein Musikjournalist in der heutigen Zeit nicht alles können: Er sollte waschechter Journalist sein, sich hervorragend im Bereich der Musik auskennen, selbstverständlich Schreiben, Podcasts erstellen, Fotografieren und natürlich Filmen können. Da sich das Zeitvolumen des Medienkonsums weg von linearen Medien zugunsten von Internetangeboten verschiebt, gilt für neue Angebote oft online first. [...] Musikjournalisten müssen Medien-Allround-Talente sein. Das sich ständige Weiterentwickeln der Technik und damit einhergehend der Erzählweisen, kann zu Produktionen führen, die eben noch nicht nach festen Mustern aufgebaut sind und so auch allein durch ihre Neuartigkeit Aufmerksamkeit generieren.” (S. 449)

Ein wichtiger Stichpunkt ist hier das Wort “Medien-Allround-Talente”. Auch Kolb (2022) unterstreicht, dass Musikjournalist:innen stilistische Allrounder sein müssen. Darstellungsformen, die im klassischen Journalismus normalerweise strikt getrennt werden, finden im Musikjournalismus zusammen. (vgl. S. 330) Dieses Verschwimmen von journalistischen Grenzen in neuen Räumen bietet, wie von Blewett & Marcum im Kapitel 2.4 dargestellt, eben die Möglichkeit für mehr Freiraum der Journalist:innen. Daher hat es sich wohl auch als sinnvoll erwiesen, dass soziale Medien – die mittlerweile eigentlich gar nicht mehr als neue, sondern als bereits in unserem Alltag etablierte Räume angesehen werden können – für journalistische Tätigkeiten genutzt werden. Die Vielzahl an verschiedenen Plattformen bietet nicht nur die Möglichkeit der schnellen Informationsverbreitung, sie erlauben es auch, neue Themen und Quellen zu entdecken. So legen Alber & Fohrwikl (2022) dar, dass Social-Media-Profile von Künstler:innen den Redaktionen oft wertvolle Einblicke in deren Privatleben oder neue Projekte bieten, lange bevor offizielle Pressemitteilungen veröffentlicht werden. Daher sollte es das Ziel sein, Inhalte aus sozialen Medien so aktuell wie möglich in die eigenen Publikationen zu integrieren. (vgl. S. 466)

Wenn also Musikjournalist:innen sich an den veröffentlichten Inhalten von Künstler:innen bedienen, stellt sich die Frage, welche Rolle die Künstler:innen selbst und ihre Inhalte in diesem Prozess einnehmen. So beschreibt Choe (2024) wie Künstler:innen mittlerweile einen immer größeren Einfluss darauf nehmen, wie ihre Veröffentlichungen der Öffentlichkeit dargestellt werden. Durch die eigene Kontrolle darüber, was wann auf welche Art und Weise veröffentlicht wird, nehmen sie dem traditionellen Musikjournalismus einen Teil der Verantwortung ab. Die eigenen sozialen Plattformen werden sozusagen zur Öffentlichkeitsarbeit genutzt und geben den Künstler:innen die Chance, einfacher direkt mit ihrem Publikum in Kontakt zu treten. Der Autor geht davon aus, dass dieser Wandel die Wichtigkeit der Rolle des traditionellen Journalismus im Rahmen der Musikindustrie verringert.

Im folgenden Kapitel wird nun näher auf das Thema der Rollenverständnisse eingegangen, um diesen Wandel genauer zu beleuchten.

2.5 Rollenverständnis

Die Rolle bestimmter Akteur:innen zu definieren, ist nicht immer leicht. Jedoch sind Rollen und unser Verständnis für diese von hoher Bedeutung für unser alltägliches Leben. Egal, ob es

sich um Rollen im beruflichen oder persönlichen Kontext handelt, Rollen ermöglichen es uns bestimmten Situationen bestimmte Verhaltensweisen zuzuschreiben. Auch im Feld des Journalismus ist die Definition des Rollenverständnisses ein andauernder gesellschaftlicher Diskurs. Jede Rolle, vor allem der journalistischen, werden Erwartungen seitens der Gesellschaft zugeschrieben. Diese Erwartungen wiederum spiegeln sich in der Selbstwahrnehmung der Journalist:innen wider. Das bedeutet also, dass das Rollenverständnis basierend auf der Beziehung zwischen der Gesellschaft und dem Journalismus sich entwickelt. Diese Beziehung verändert sich fortlaufend und anhand dieser verändert sich auch die eigene Rollenzuschreibung der Journalist:innen. (vgl. Hanitzsch & Lauerer, 2019, S. 135) Diese Verhaltenserwartungen an journalistische Rollen können auf der einen Seite konsistent, auf der anderen Seite jedoch aber auch inkonsistent sein. Ein Beispiel für konsistente Erwartungen an Journalist:innen sind die Erfüllung von Objektivität und Neutralität. Gleichzeitig wird von Journalist:innen eine schnelle, aber auch sorgfältige Berichterstattung erwartet. Diese Aspekte gehören zu den sogenannten inkonsistenten Verhaltenserwartungen, da diese entweder nur kaum oder gar nicht erfüllt werden können. Dadurch entstehen sogenannte Intra-Rollenkonflikte. Diese Rollenkonflikte können dabei nicht nur von außen ausgelöst werden, sondern auch durch entwickelte Rollenselbstbilder. (vgl. Kepplinger, 2011, S. 42-44)

Gleichzeitig sind Wyss und Keel (2010, S. 365) jedoch der Meinung: „Auch heute lässt sich das journalistische Rollenselbstbild nicht auf „Entweder-Oder-Kategorien“ reduzieren, sondern stellt eher einen Strauss pluralistischer Rollenvorstellungen dar“. Um ein genaueres Verständnis für solche Rollenzuschreibungen zu erlangen, folgt in den folgenden zwei Kapiteln ein kurzer Exkurs zu der sogenannten Gatekeeper- beziehungsweise Gatewatcher-Forschung.

2.5.1 Gatekeeping

Ein prägender theoretischer Ansatz in der Kommunikationsforschung ist der der Gatekeeper beziehungsweise Gatewatcher. Der Ursprung dieser Theorie stammt von Lewin (1947), der

„untersuchte, welche Akteure zu verschiedenen Zeitpunkten des Gesamtprozesses die Entscheidungen darüber trafen, welche Lebensmittel von einer Familie konsumiert wurden. Die Untersuchung betrachtete außerdem, welche Einflussfaktoren diese

Entscheidungen beeinflussten (z. B. mit Blick auf Entscheidungen beim Einkauf im Supermarkt oder bei der Zubereitung in der Küche).“ (Wehden, 2023, S. 87-88)

Lewin erkannte schon damals, dass die daraus gewonnenen Ergebnisse sich auch auf andere Felder, wie den Journalismus, übertragen ließen. Doch was genau ist Gatekeeping eigentlich? Und was bedeutet das für den Journalismus?

Grob gesagt handelt es sich beim Gatekeeping um journalistisches Handeln oder dem Ergebnis des journalistischen Handelns. Dieses Handeln umfasst verschiedene Tätigkeiten, wie zum Beispiel recherchieren, gewichten oder auswählen. Gatekeeping wird also als ein Prozess bezeichnet, bei dem die sogenannten Gatekeeper mitunter eine bestimmte Auswahl treffen. In der Medienlandschaft bezeichnet man hauptsächlich Medienbetriebe und Journalist:innen als Gatekeeper, da diese entscheiden, welche Informationen veröffentlicht werden. Entscheidend hierbei ist, dass dieser Prozess mehrere Runden durchläuft. Eine wichtige Unterscheidung, auf die geachtet werden soll, ist, dass es sich beim Prozess des Gatekeepings um Informationen und nicht um Nachrichten oder der Beschreibung von Ereignissen handelt. Das liegt daran, dass Nachrichten oder Ereignisse sich keiner objektiven Zuschreibung bedienen. Sie werden immer erst bewusst aus einer Vielzahl an Informationen von Journalist:innen konzipiert. Grundsätzlich kann man zwischen drei Formen des Gatekeepings unterscheiden:

- Selektives Gatekeeping: Hier geht es darum, welche Informationen für die Veröffentlichung ausgewählt werden.
- Qualitatives Gatekeeping: Die ästhetische Beitragsgestaltung von den bereits ausgewählten Informationen spielt eine Rolle.
- Quantitatives Gatekeeping: Hierbei wird darüber entschieden, wie umfangreich über etwas berichtet wird.

Neben den unterschiedlichen Formen des Gatekeepings, lässt sich auch noch zwischen primären und sekundären Prozessen unterscheiden. Ersteres betrifft die Auswahl durch die Journalist:innen, zweiteres meint die Auswahl durch die Rezipient:innen. (vgl. Engelmann, 2016, S. 12-15)

2.5.2 Gatewatching

Die vermehrte Einflussnahme durch Rezipient:innen wird zunehmend stärker. Auch, dass das Internet der entscheidende Faktor dafür ist, ist bekannt. Dadurch hat sich die klassische Rolle der Gatekeeper verändert, es haben sich neue Konzepte entwickelt und wir sind vom Gatekeeping zum so genannten Gatewatching gelangt. Bruns (2003, S. 34) definiert zu Beginn Gatewatchers noch wie folgt:

„[...] gatewatchers keep a constant watch at the gates, and point out those gates to their readers that are most likely to open on to useful sources. In other words, gatewatchers fundamentally publicise news (by pointing to sources) rather than publish it (by compiling an apparently complete report from the available sources)“.

„Gatewatcher“ sind also nichts anderes als Nachrichtennutzer:innen, die sich daran beteiligen, die veröffentlichten Nachrichten zu organisieren. Dies geschieht über die Vielzahl an existierenden Onlinekanälen. Natürlich haben die Nachrichtennutzer:innen keine Möglichkeiten, diese Kanäle selbst zu kontrollieren, aber sie sind in der Lage, die daraus entstehenden Informationen zu beobachten. (vgl. Bruns, 2011) Mittlerweile ist Bruns (2022, S. 1-2) aber der Meinung, dass die Rezipient:innen Nachrichten nicht nur ordnen, sondern auch ihr eigenes Wissen mit einbringen. Diese Verwandlung führte zu einer Erweiterung des Ausmaßes, in welchem das kollektive Gatewatching stattfindet. Social-Media-Nutzer:innen können sich auf der einen Seite online über aktuelle Nachrichten informieren und auf der anderen Seite auch neue, passende Inhalte einbringen. Solche Entwicklungen führen sogar dazu, dass professionelle Journalist:innen selbst zu Gatewächern werden. Das liegt daran, dass Journalist:innen oftmals die sozialen Netzwerke als ein Werkzeug für ihre Berichterstattung nutzen, um Echtzeitinformationen von User:innen über bestimmte Geschehnisse einzuholen und zu Beginn der eigenen Zielgruppe nur die Nachrichten bieten können, die sie in den sozialen Medien gefunden haben. (vgl. Bruns, 2022, S. 4-5) Diese Partizipation der Nutzer:innen bringt einige Veränderungen, somit auch für die Arbeit der Journalist:innen, mit sich.

Erinnern wir uns zwei Seiten zurück zum Ansatz von Wyss und Keel (2010, S. 365), dass das Rollenverständnis von Journalist:innen nicht in bestimmte Kategorien eingeteilt werden kann, sondern vielmehr eine Vielzahl an unterschiedlichen Vorstellungen besitzt, dann macht auch der Ansatz von Mast (2018) Sinn, bei welchem sich die journalistischen Berufsrollen auf einem

Spektrum befinden. Die Einstufung der eigenen Rolle auf diesem Spektrum hängt vom jeweiligen Ziel ab, welches mit der Berichterstattung verfolgt wird.

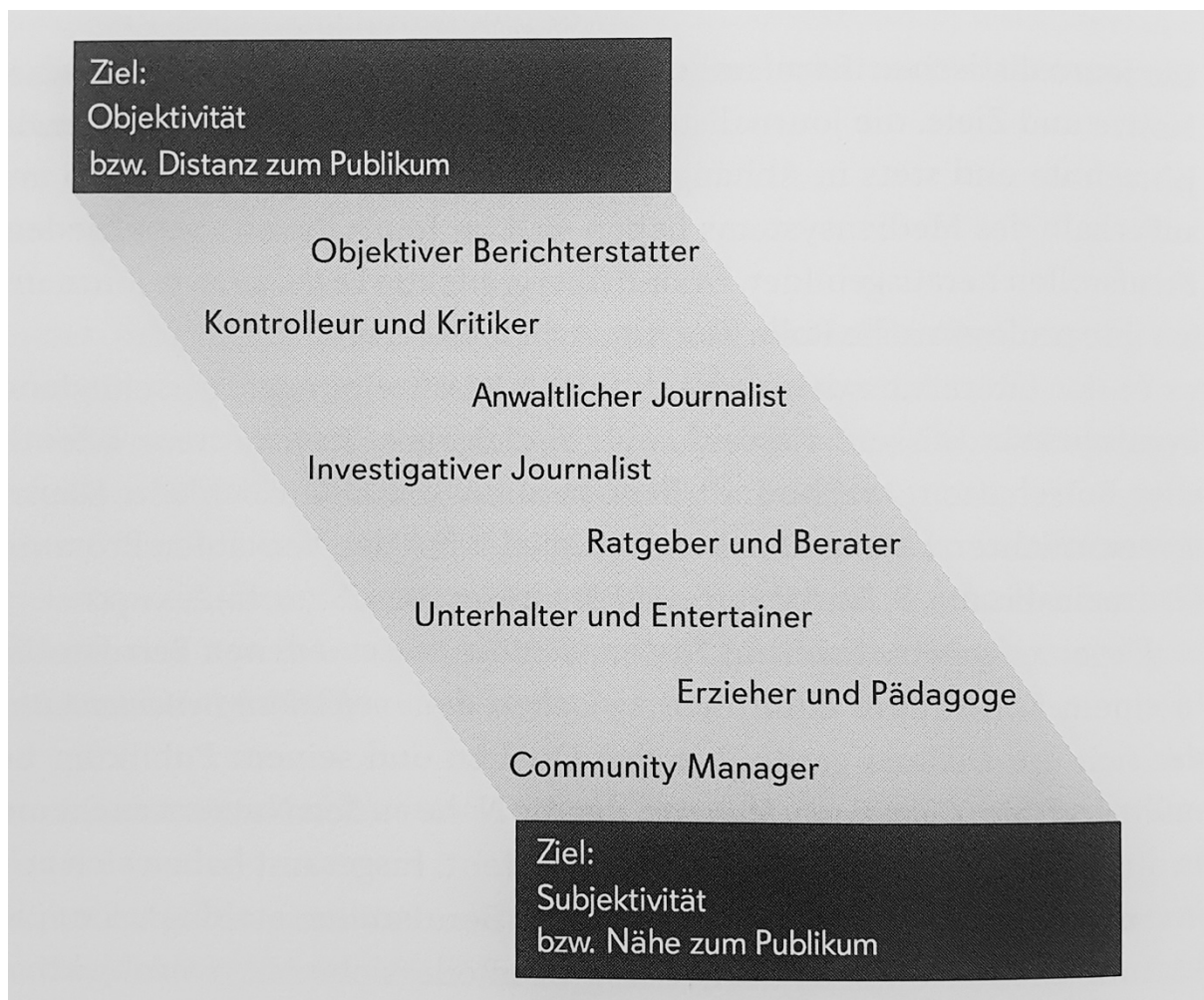


Abbildung 2: Rollen und Berufsverständnisse von Journalisten (Mast, 2018, S. 482)

Diese Vielfältigkeit beweist, dass die Trennlinien nicht nur innerhalb einer Rolle stark verwischen können, sondern auch, dass die Grenzen zwischen unterschiedlicher Rollen immer mehr verschwimmen können. Und genau mit diesem Grenzziehungsprozess beschäftigt sich die Boundary Work-Theorie, auf welche im nächsten Kapitel näher eingegangen wird.

2.6 Boundary Work

Wie bereits im Abschnitt 2.5 beschrieben, ist das Rollenverständnis einzelner Akteur:innen von großer Bedeutung für unser gesellschaftliches Leben. Die Frage ist nun, wie Rollen betrachtet werden, wenn sich Felder weiterentwickeln und dadurch gegebenenfalls neue

Akteur:innen mit anderen Rollenzuschreibungsmerkmalen dazustoßen. Besonders in der Medienlandschaft ist dies eine wichtige Frage, da sich weltweit der Großteil an Menschen an öffentlichen Meldungen orientiert. Die neuen Partizipationsmöglichkeiten für Internetnutzer:innen und welche Rolle sie dabei einnehmen, können erhebliche Auswirkungen auf die Informationsverbreitung und die gesellschaftliche Wahrnehmung haben.

Laut Lewis (2012, S. 837) ist Grenzarbeit in allen Berufen präsent, als eine Art Kontrollversuch. Aber besonders in der Medienwelt und anderen kreativen Bereichen ist die Beziehung und gleichzeitig Unterscheidung von Fachleuten und Amateuren so von Bedeutung, da in diesen Feldern die Grenzen leichter verwischen. Dies ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass die Digitalisierung die Beteiligung von Rezipient:innen nicht nur ermöglicht, sondern auch fordert. Eldridge (2019, S. 8) beschreibt, wie das Aufkommen von neuen Akteur:innen im Medienbereich nicht nur Angst, sondern auch Neugier hervorgerufen hat. Die Neugier stammt von neuen Möglichkeiten, die sich für die Arbeit entwickeln. Die Angst hingegen davon, dass die ursprünglichen, traditionellen Vorstellungen des Journalismus in Frage gestellt werden. Wenn man sich aber auf die Möglichkeiten fokussiert, dann können laut Tandoc (2019, S. 139) diese neu hinzugestoßenen Akteure entweder zur Bewahrung oder zur Transformation des Feldes beitragen. Was in beiden Fällen als ein positives Merkmal angesehen werden kann.

Doch wo kommt der Begriff „Boundary Work“ überhaupt her und was bedeutet er? In welchem Zusammenhang steht er mit dem Journalismus? Boundary Work – oder auf deutsch der Ansatz zu wissenschaftlichen Grenzziehungsprozessen – wurde im Jahr 1983 von Thomas Gieryn entwickelt. Die Theorie geht davon aus, dass es äußerst schwierig ist, eine eindeutige Grenze zwischen Wissenschaft und Nicht-Wissenschaft zu ziehen. (vgl. Gieryn, 1995, S. 393, zitiert nach Wenninger, 2019, S. 16) Carlson (2019) beschreibt Boundary Work als einen Prozess, bei dem soziale Phänomene definiert und anschließend entweder akzeptiert oder abgelehnt werden.

Wie zuvor bereits erwähnt sind besonders im Journalismus die Grenzziehungsfragen von hoher Bedeutung, da hier im Gegensatz zu anderen Feldern eine viel höhere Teilnahme von Akteur:innen außerhalb des Feldes herrscht. Dies lässt die Grenzen leichter verwischen. Im Bereich des Journalismus beschreibt Carlson (2019, S. 3) eine bestimmte Art von Grenzziehung:

„The form of boundary that has received the most popular and scholarly attention is that of expulsion. In the context of journalism, expulsion-based boundary work

entails efforts by the journalistic community to remove actors, practices, or values from the realm of legitimate journalism. Most visible here is the ostracizing of individual journalists for violating accepted practices”.

Damit kommt die Frage auf, ob diese Art von Grenzziehung nicht als eine Art von Unterdrückung gesehen werden könnte? Oder benötigt es diese strikten Regeln und Grenzen, um die Wahrung bestimmter Merkmale, die den Journalismus und seine Arbeit ausmachen, zu gewährleisten und um ihn von anderen Tätigkeiten klar abzugrenzen? Es scheint, dass der Versuch die Autonomie zu schützen auch als Teil der Grenzarbeit anzusehen ist. Hierbei wird versucht, eine Grenzverschiebung zu verhindern, da die gesellschaftliche Erwartung herrscht, dass Fachleute unabhängig ihrer Arbeit nachgehen sollen. Aber besonders im Journalismus sind diese Grenzen oft fließend, da Nicht-Journalist:innen einen großen Teil der journalistischen Arbeit ausmachen. (vgl. Carlson, 2019)

Diese Überlegungen führen zu weiteren wichtigen Fragen. Führt die bewusste Zusammenarbeit von Journalist:innen und Nicht-Journalist:innen zum Verlust der bestehenden Grenzen und somit zum Verlust der Autonomie im Journalismus? Oder ist diese Zusammenarbeit eine Möglichkeit, um das Feld zu erweitern und transparenter zu gestalten? Die nächste Frage ist, wo liegt die Grenze zwischen Journalist:innen und Nicht-Journalist:innen? Eldridge (2019) ist der Meinung, dass sowohl Unterschiede als auch Ähnlichkeiten eine Rolle spielen, wenn man Individuen einem bestimmten Bereich gegenüber einem anderen zuteilen möchte. Viel wichtiger als sich nur auf die Unterschiede zu fokussieren sei es, sich auf die Ähnlichkeiten zwischen einer vielfältigen Gruppe von Akteur:innen zu berufen. Dies erleichtert Gemeinsamkeiten zwischen denjenigen zu finden, die als Eindringlinge in dem Feld angesehen werden, und denjenigen, die sie als Eindringlinge betrachten. Dieser Ansatz scheint ein positiver Versuch zu sein, mehr Raum für eine gleichzeitige Koexistenz zu schaffen.

2.6.1 Boundary Markers

Um diese zuvor erwähnten Unterschiede, beziehungsweise auch Ähnlichkeiten, überhaupt erst erkennen zu können, benötigt es eine Etablierung bestimmter Merkmale. Dazu gehört unter anderem der Aspekt der Aktualität. Dieser unterteilt sich laut Mast (2018) in Neuigkeit und Relevanz und sind im Journalismus jeweils von sehr großer Bedeutung. Die Relevanz ergibt

sich einmal aus der objektiven Bedeutung der Thematik, und zum anderen aus dem Interesse des Publikums. Die zeitliche Aktualität ergibt sich aus der Zeit zwischen dem Ereignis und der Veröffentlichung über besagtes Ereignis. Je nach Publikumsinteresse kann die zeitliche Aktualität auch etwas vernachlässigt und ältere, für die Rezipient:innen interessantere, Themen aufgenommen werden. (vgl. S. 71-72) Die folgende Grafik veranschaulicht nochmal, was damit gemeint ist.

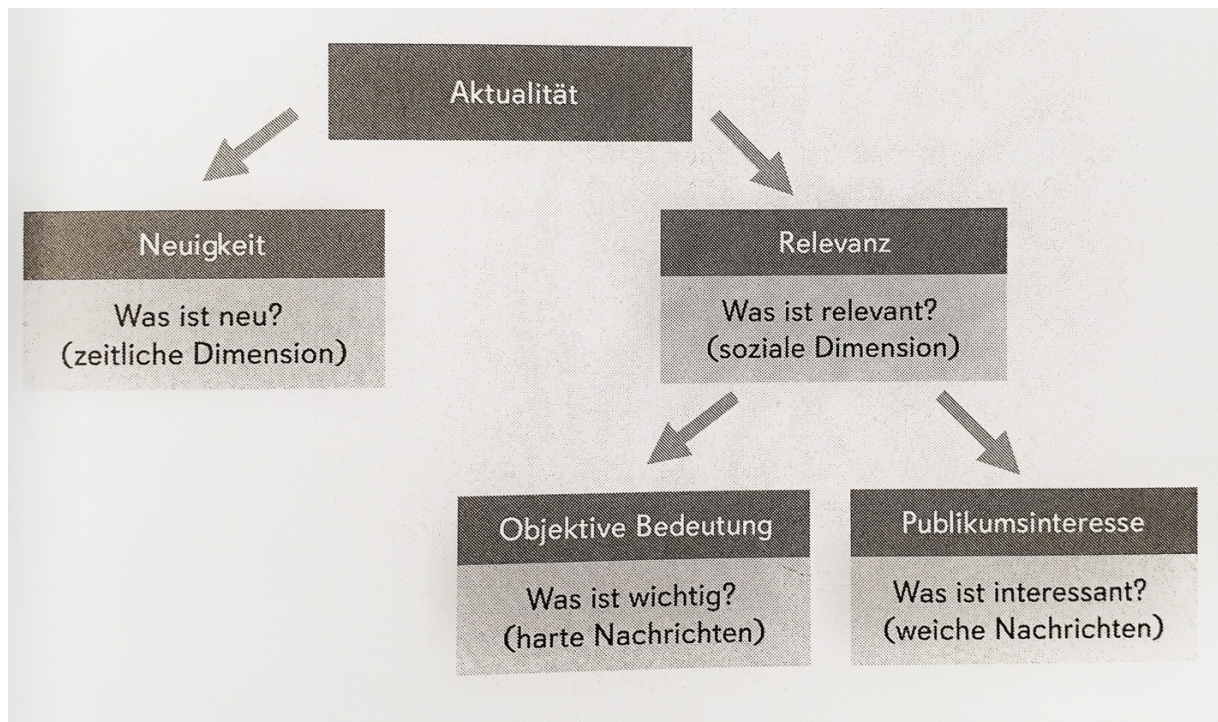


Abbildung 3: Aktualität als journalistische Leitgröße (Mast, 2018, S. 73)

Laut der Autorin werden nicht einmal unbedingt bestimmte Ereignisse benötigt, um zu berichten, oftmals reicht schon die reine Orientierung am Publikum aus. Dann können Themen aufgefasst werden, „[...] für die sich das Publikum unabhängig von der aktuellen Nachrichtenlage interessiert“. (ebd., 2018, S. 73) Diese Leitmerkmale werden auch *boundary markers* (Grenzmarkierungen als direkte deutsche Übersetzung) genannt und dienen laut Singer (2015) nicht nur zur eigenen Identitätsdefinition von Journalist:innen, sondern auch zur Abgrenzung von professionellen und nicht-professionellen Akteur:innen. Ein weiterer *boundary marker* im Journalismus ist Objektivität. Das bedeutet, Journalist:innen berichten über Geschehnisse genauso, wie sie wirklich sind. Es handelt sich also um eine Wiedergabe von Fakten, die der Wirklichkeit entspricht. (vgl. Mast, 2018, S. 76)

Singer (2015) beschreibt, dass Journalist:innen sich mittlerweile auch an normativen Standards und ethischen Grundsätzen orientieren, um so gesehen zwischen „guten“ und „schlechten“ Akteur:innen im Feld des Journalismus zu unterscheiden. Dazu gehören boundary markers von ethischen Handlungsweisen wie die Verifikation von Informationen, Unabhängigkeit und das Versprechen, für die Konsequenzen des eigenen Handelns aufzukommen. Die Autorin weist darauf hin, dass das Befolgen dieser Richtlinien zwar wohl mehrere Ziele verfolgt, hauptsächlich aber dazu dient, dass das Publikum Journalist:innen und ihre Organisationen als entscheidenden Part für die Bereitstellung von objektiven, verlässlichen und aktuellen Informationen wahrnehmen. Genau aus diesem Grund hegen Journalist:innen das Interesse daran, andere Akteur:innen als weniger wichtig darzustellen, indem sie ihnen Verlässlichkeit in Bezug auf die Berücksichtigung von ethischen Normen nachsagen. Der Wunsch nach Abgrenzung durch diese boundary markers scheint erstmal legitim. Doch wie bereits im Kapitel zuvor erwähnt, ist es wichtig, sich die Frage zu stellen, ob eine Zusammenarbeit von professionellen und nicht-professionellen Akteur:innen nicht auch positive auf das gesamte Feld und die einzelnen Rollen haben kann? Gerade in Zeiten wie diesen, in welchen Anpassungsfähigkeit und Diversität von hoher Bedeutung sind, kann ein zu striktes Festhalten an den Grenzmarkierungen vielleicht sogar das genaue Gegenteil von dem eigentlichen beschriebenen Ziel bedeuten.

Laut Singer hat sich im Laufe der Zeit gezeigt, dass die Grenzen tatsächlich immer mehr verschwommen sind und Journalist:innen sich mittlerweile auch an Quellen aus dem Internet von Rezipient:innen orientieren. Es wurde anerkannt, dass das Publikum eben doch auch sehr sachkundig sein kann und ihre Beiträge eine Vielfalt von Informationen und Quellen darstellen, die somit zu einer facettenreichen Wahrheit führen. Diese Entwicklung zeigt also, dass das Loslassen von den klassischen boundary markern viele Vorteile mit sich ziehen kann.

Auch der Ansatz von Domingo & Le Cam (2015) zeigt, wie das Loslösen von Grenzen bestimmter Rollen zur Entwicklung beiträgt. Die Autor:innen schlagen vor, nicht nach den Unterscheidungen der Rollen zu forschen, sondern vielmehr sich auf Vielfalt der verschiedenen Akteur:innen im Feld der Nachrichten zu konzentrieren. Der Fokus dabei liegt auf der Veröffentlichung von Informationen und Nachrichten, unabhängig davon, ob die Personen einen journalistischen Beruf ausüben. Domingo und Le Cam erkennen Journalismus hierbei als eine soziale Praxis, die sich rein durch ihre Aktivitäten, die für die Nachrichtenerstellung von Bedeutung sind, definieren. Dieser Ansatz erschafft die Möglichkeit, danach zu fragen, ob verschiedene Akteur:innen sich ähnlichen Strategien zur Nachrichten- und

Informationsproduktion bedienen und ob sich neue Erzählformen etablieren, die wiederum von anderen akzeptiert werden. So kommen sie zur Schlussfolgerung, dass die Grenzen im Journalismus nicht nur von Journalist:innen selbst, sondern auch von den anderen Akteur:innen gestaltet werden. Durch die Anpassung ihrer Praktiken wird die Wahrnehmung journalistischer Grenzen beeinflusst:

“But what is of interest here, from a dialogic perspective, has to do with the fluidity of boundaries as they are conceived by the actors themselves. If journalists have historically imagined the boundaries of a professional group, other actors also build their territories based on contextual or specific practices. These actors actually think of the boundaries of journalists by adjusting their own practices, but they also construct the boundaries of their discursive production through dialogism. We may then hypothesize that the narration of news, as a collective process, proceeds through interactions between different discourses. In this sense, a complex set of inter-discursivity is involved in the production of news. News is then the product of the discursive polyphony of all these actors. If we consider that news is the result of the interactions of all these discursive productions, news could be understood as a discourse made by a set of actors (not just journalists) and a set of past and future speeches.” (ebd., 2015, S. 149)

Abschließend wird festgehalten, dass bestimmte boundary markers aus dem Journalismus andere soziale Akteur:innen nicht davon abhält bestimmte Tätigkeiten auszuüben, die den traditionellen Journalismus und seine Merkmale nachahmen. Auch zeigt sich, dass nicht-journalistische Akteur:innen weiterhin versuchen die unterschiedlichsten Kommunikationsformen zu erkunden und somit die grundlegendste Rolle erfüllen: das Erklären und Interpretieren der Dinge, die um uns herum geschehen.

3. Aktueller Forschungsstand

Ein großer Teilbereich der theoretischen und empirischen Forschung in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ist der Journalismus. Dabei wird Journalismus oftmals als Überbegriff verwendet, obwohl laut Löffelholz und Rothenberger (2011) die Teilbereiche „der Journalismusforschung [...] ausgesprochen heterogen und hochgradig differenziert [sind]“ (S. 33). Diese Bereiche lassen sich auf unterschiedlichen Ebenen untersuchen: Es kann sich zum Beispiel um das genutzte Medium selbst handeln, die Rezeption von Nachrichtenkonsument:innen, die Rollenbilder von Akteur:innen oder die verschiedenen Ressorts. Besonders im Bereich des Kultur- beziehungsweise spezifischer des Musikjournalismus lassen sich in der Forschung noch einige Lücken erkennen. „Das Fach, so hat es den Anschein, wendet sich »Wichtigerem« zu.“ (Reus & Harden, 2005, S. 153) Noch im Jahr 2005 hielten sich die empirisch ermittelten Forschungsergebnisse aus den letzten 25 Jahren im Bereich des Kulturjournalismus in Grenzen. Es scheint, dass diesem Ressort jeher eher eine geringe Wichtigkeit und massenmediale Wirkung zugeschrieben wurde. (vgl. Reus & Harden, 2005, S. 154f)

2019 wurde die langjährige „Worlds of Journalism: Comparing Journalistic Cultures Across the Globe“ Studie, kurz WJS, veröffentlicht und schloss damit eine große Lücke in der Journalismusforschung. Für die Forschung wurden mehr als 27.500 Journalist:innen aus 67 verschiedenen Ländern zu ihrer Autonomie in Redaktionen, ihren ethischen Orientierungen sowie ihrem Vertrauen in Institutionen und ihrer beruflichen Rollenselbsteinschätzung, befragt. (vgl. Hanitzsch et al., 2019, S. 1-2) Zu Beginn setzen die Autor:innen (2019, S. 9) sich unter anderem mit der Definition, wer überhaupt als Journalist:in gilt, auseinander. Eine brauchbare Definition zu finden, beschreiben sie als schwer und stark umstritten, da es keine festgelegten Grenzen im Journalismus, und wer sich als Journalist:in beschreiben darf, gibt. Hinweg von einem professionellen Berichterstatter über redaktionelle Bürger:innen bis hin zu jeder Person, die sich zum Beispiel in den sozialen Medien journalistischer Methoden bedient, kann als „Journalist:in“ bezeichnet werden. Schlussendlich sind Hanitzsch et al. (2019, S. 9-10) zum Entschluss gekommen, Journalist:innen als die Personen zu definieren, die journalistische Inhalte für Nachrichtenorganisationen produzieren und mindestens die Hälfte ihres Einkommens damit verdienen.

Kapitel 7 der Studie beschäftigt sich mit journalistischen Rollen. Hierbei wurden die befragten Journalist:innen gebeten in ihren eigenen Worten die wichtigsten Rollen zu nennen, die ihren

Platz in der Gesellschaft am besten beschreiben. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass Journalist:innen sich selbst immer noch mit den klassischen Rollen, wie Informant:innen, Reporter:innen oder Watchdogs, identifizieren. Auch sehen sie als Teil ihrer Rolle, dass sie als distanzierte Beobachter:innen fungieren und über Geschehnisse so berichten, wie sie tatsächlich sind. (vgl. ebd., 2019, S. 164-173) Ein weiterer interessanter Abschnitt der WJS-Studie ist das 10. Kapitel „Transformations“ von Hanusch et al. (2019). Hier wurden die Wahrnehmungen und Meinungen von Journalist:innen bezüglich den fortlaufenden Veränderungen im Journalismus erfragt. Eine der stärksten Veränderungen für den Journalismus, die die Teilnehmer:innen wahrnehmen konnten, ist die hohe Einflussnahme von sozialen Medien und nutzergenerierten Inhalten (auch user generated content, kurz UGC, genannt). Das liegt an der immer stärker werdenden Partizipation des Publikums. (S. 265-266) Zusammenfassend lässt sich sagen, dass diese Studie einen wertvollen Einblick liefert, um besser zu verstehen, wie kreative Rollen – denn die journalistische Rolle kann mit Sicherheit als eine kreative beschrieben werden – sich entwickeln und welche Merkmale Akteur:innen sich selbst zuschreiben. Auch helfen die Ergebnisse dieser Forschung dabei ein besseres Verständnis für journalistische Eigenschaften zu entwickeln.

Auch Hanitzsch und Lauerer beschäftigen sich 2019 mit dem beruflichen Rollenverständnis von Journalist:innen. So haben sie versucht aktuelle Befunde mit früheren Studien zu vergleichen, um die Veränderungen im Laufe der Zeit herausarbeiten zu können. Eine wichtige Anmerkung hierbei ist, dass sich ihre Befunde nur auf Deutschland, Österreich und die Schweiz beziehen. Es wurde ersichtlich, dass Journalist:innen nicht nur gesellschaftspolitische Ziele verfolgen, sondern auch Bildung und Kultur ein entscheidender Aspekt ist, der ihre Rolle bestimmt. Wie die unterhalb liegende Grafik zeigt, ist vor allem das Fördern von Toleranz und kultureller Vielfalt und das Einnehmen der Rolle als Erzähler:in von hoher Wichtigkeit für die Journalist:innen.

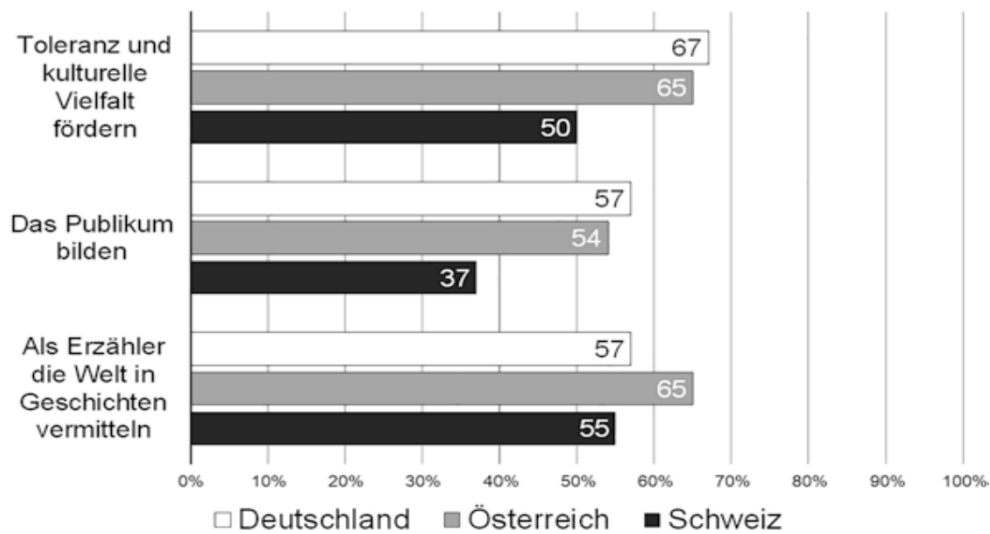


Abbildung 4: Bildung und Kultur im Rollenverständnis (Hanitzsch & Lauerer, 2019, S. 152)

Und auch Aspekte wie Alltagsbewältigung, Unterhaltung und Publikumsorientierung wurden untersucht. Schon länger ist es bekannt, dass Journalismus nicht mehr nur eine informierende Rolle einnimmt, sondern auch „[...] im Bereich der Affektregulierung eine wichtige Rolle – etwa durch unterhaltsame Nachrichtenformate und durch Angebote, die ein Gefühl der sozialen Eingebundenheit und Zugehörigkeit befördern, [spielt]. (Bartsch und Schneider, 2014, zitiert nach Hanitzsch & Lauerer, 2019, S. 154). Ebenso hier zeigt eine Grafik, in welchem Ausmaß Journalist:innen folgende Merkmale als einen wichtigen Aspekt ihrer Rolle ansehen.

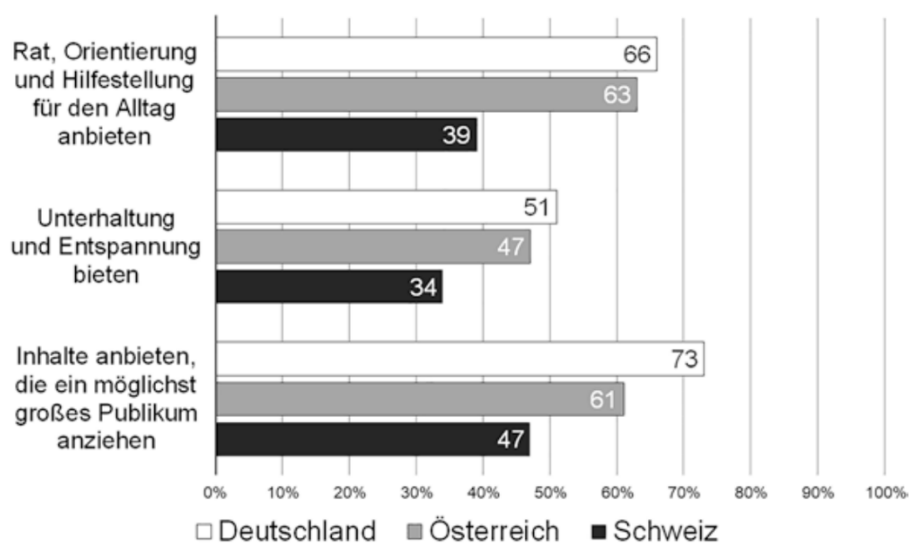


Abbildung 5: Alltagsbewältigung, Unterhaltung und Publikumsorientierung im Rollenverständnis (ebd., 2019, S. 155)

Eine Studie, die sich mit der massenmedialen Wirkung von Musikjournalismus auseinandergesetzt hat, ist die Studie „Popular journalism and cultural change: The discourse of globalization in world music reviews“ von Fürsich und Avant-Mier aus dem Jahr 2013. Hier wurde untersucht, ob Musikrezensionen zu einem produktiven Diskurs über wichtige öffentliche Themen beitragen können. Die Grundlage der Studie bildete dabei eine Inhaltsanalyse von 350 journalistischen Texten mit dem Thema „world music“, die in Amerika innerhalb der Jahre 1978 bis 2008 publiziert wurden. Dabei wurden die Musikrezensionen nicht nur als einfache, journalistische Beiträge verstanden, sondern als eine Form des Lifestyle-Journalismus, der sich mit breiteren gesellschaftlichen Themen auseinandersetzt. Der Fokus von Fürsich und Avant-Mier lag darauf, herauszufinden, ob die Musikkritiken das Potential haben, das Publikum zu einem wertvollen Diskurs über kulturelle Globalisierung anzuregen. Sie sind zu dem Entschluss gekommen, dass Musikrezensionen eine positive Alternative darstellen, da diese im Gegensatz zu traditionellen Nachrichtenmeldungen sich vermehrt mit den komplexen Gegebenheiten auseinandersetzen. Diese Studie belegt zumindest schonmal, dass auch Musik- beziehungsweise Kulturjournalismus eine hohe massenkommunikative Wirkung aufweist. Die Untersuchung zeigt, dass Musikrezensionen nicht nur zur Unterhaltung da sind, sondern auch gesellschaftlich relevant sein können.

Einige Jahre früher, 2006, beschäftigte sich Matt Brennan mit der Beziehung zwischen Musiker:innen und der Musikpresse. Der Artikel beleuchtet dabei die Auswirkungen der Presse aus der Sicht der Musiker:innen. Bei den Auswirkungen handelt es sich neben dem Einfluss der Presse auf Verkaufszahlen oder das Kreieren von „Drama“ auch um den direkten Einfluss auf die Existenzgrundlage der Künstler:innen. Das Problem hierbei ist, die Interessen der Musikjournalist:innen stehen sehr oft im Konflikt mit den Interessen der Musiker:innen. Frühere Forschungen kamen zu den Ergebnissen, dass Musikkritiken kaum einen wirtschaftlichen Einfluss darstellen. Brennan hingegen diskutiert, dass die Presse eine wichtige Rolle für das Leben der Künstler:innen spielt. Trotzdem ist es schwer, eine konkrete Aussage über die Beziehung beider Mitwirkenden zu treffen, da dies auch immer stark abhängig von der Bekanntheit der einzelnen Musiker:innen ist. Zeitgleich gibt es jedoch Hinweise darauf, dass Musikjournalist:innen vermehrt die Rolle der Gatekeeper für weniger bekannte Musiker:innen übernehmen, wenn diese versuchen den Absprung zu einer international erfolgreichen Karriere zu schaffen. Die Rolle der Musikjournalist:innen als Gatekeeper verdeutlicht somit ihre Macht: „They have the power to shape and inform the opinions of both the industry and consumers, and it is here that the ideologies of critics and musicians truly clash.“ (Brennen, 2006, S. 232)

Musikrezensionen scheinen also einen Effekt auf unsere Gesellschaft zu haben und regen zu relevanten Debatten an. Musikjournalist:innen wiederum haben mit ihrer Berichterstattung einen Effekt auf das Leben der Musiker:innen. Alber & Fohrwikl (2022) beschreiben die bereits bekannte Bedeutung sozialer Medien für die schnelle Verbreitung von Nachrichten. Gleichzeitig heben sie hervor, dass Informationen aus diesen Kanälen sorgfältig geprüft werden müssen, da sich Falschmeldungen dort besonders schnell verbreiten. Sie sind der Meinung, dass jede Redaktion ein individuelles Konzept entwickeln sollte, welche Quellen und Personen sie verfolgen sollte, um relevante Informationen zu erhalten. Dazu können Agenturen, internationale Medienanbieter, Influencer oder eben auch die Künstler selbst gehören. (vgl. S. 465)

Interessant ist dabei, wie stark sich Medien auf die von Künstler:innen online bereitgestellten Informationen stützen und inwiefern diese tatsächlich geprüft und aufbereitet werden. Wenn Redaktionen diese Inhalte so häufig nutzen, könnte man sich fragen, ob Musiker:innen, die diese Informationen überhaupt erst bereitstellen, nicht selbst eine journalistische Rolle einnehmen. Wie nun aber Musiker:innen selbst, durch ihre künstlerische Arbeit und gleichzeitige Präsenz in den sozialen Medien, ihre eigene journalistische Rolle und somit Auswirkungen auf die Gesellschaft sehen, scheint noch nicht erforscht zu sein und soll deshalb in dieser Masterarbeit mit ersten Forschungsunternehmungen einen Anstoß geben.

4. Forschungsfragen

In Anbetracht des aktuellen Forschungsstandes und der in dieser Arbeit untersuchten Theorien, ergeben sich für diese Studie unterschiedliche Forschungsfragen.

Die Hauptforschungsfrage beschäftigt sich mit Selbstrollenverständnis von Musiker:innen. Es geht darum, zu untersuchen, wie Musiker:innen ihre eigene Rolle und die dazugehörigen Aufgaben im Bereich des Musikjournalismus einschätzen. Das Ziel ist es, herauszufinden, ob sich Musiker:innen nur in einer künstlerischen Rolle sehen, sich selbst als Berichterstatter einstufen oder vielleicht auch eine Kombination aus beidem. Somit lautet die Forschungsfrage:

- FF1: Wie definieren Musiker:innen ihre eigene Rolle im Feld des Musikjournalismus?

Für die nächste Fragestellung sind die veröffentlichten Inhalte der Musiker:innen relevant. Dabei sind nicht nur Songtexte, sondern auch Inhalte in den sozialen Medien und jegliche andere Art der Publikationsmöglichkeiten gemeint. Der Fokus liegt dabei nicht auf dem Medium selbst, die zentrale Frage ist vielmehr, ob sich Musiker:innen an journalistischen Ansätzen und Elementen orientieren. Daraus ergibt sich folgende Forschungsfrage:

- FF2: Inwiefern sehen Musiker:innen ihre publizierten Inhalte als journalistisch an?

Abschließend soll mit der dritten Forschungsfrage analysiert werden, wie Musiker:innen ihre journalistische Rolle im Vergleich zu Musikjournalist:innen sehen:

- FF3: Welche Gemeinsamkeiten erkennen Musiker:innen in ihrer Rolle im Vergleich zu Musikjournalist:innen?

5. Methodendesign

In folgendem Kapitel wird die Forschungsmethode vorgestellt, welche die Forschungsfragen der vorliegenden Arbeit möglichst genau beantworten sollen. Unter Betracht der Problemstellung bietet sich ein explorativer Forschungsansatz, also eine qualitative Befragung von Expert:innen in Form eines Leitfadeninterviews, an. Zu Beginn wird ein allgemeiner Überblick über die durchgeführte Studie gegeben, woraufhin anschließend die Vor- und Nachteile der Erhebungsmethode diskutiert werden. Es folgt eine Beschreibung des durchgeführten Samplingverfahrens mit näherer Erläuterung wichtiger Definitionen.

Die Interviews wurden mit Experten, in diesem Fall Musikern, durchgeführt. Doch wie genau lässt sich überhaupt definieren, wer ein:e Experte:in ist? Paraphrasierend nach Bogner et al. (2014, S. 11-13) lässt sich sagen, dass Expert:innen basierend auf spezifischer Forschungsinteressen und sozialer Relevanz definiert werden. Man findet sie oft in führenden Positionen, es wird zu ihnen hinaufgesehen und eine Menge an Einfluss nachgesagt. Diese Merkmale werden als sogenannter Machtaspekt des Expertentums bezeichnet. Außerdem werden Expert:innen nicht nur wegen ihres Wissens befragt, sondern vor allem auch wegen ihrer praxisrelevanten Kenntnisse, da ihre Handlungsmuster die Vorgehensweisen anderer Akteure wesentlich beeinflussen. Diese Art von Macht bezieht sich dabei nicht nur auf das unmittelbare eigene Handlungsfeld, sie kann sich auch in anderen beruflichen Bereichen verwirklichen.

Auch wenn man bei dem Begriff „Experte:in“ wohl nicht direkt an Musiker:innen denkt: Unter Betracht dieser Definitionen lässt sich erkennen, wieso Musiker:innen auch als Expert:innen gelten. Sie besitzen nicht nur spezifische Fähigkeiten und Wissen über zum Beispiel Instrumente oder technische Abläufe, je nach Bekanntheitsgrad weisen sie eine hohe soziale Relevanz auf. Dadurch besitzen sie wie von Bogner et al. (2014, S. 11-13) erwähnt, einen Machtaspekt, der die Handlungsweisen anderer nicht nur innerhalb der Musikbranche, sondern auch außerhalb dieser beeinflusst. Auch Meuser und Nagel (1991, S. 443-444) sind der Meinung, dass die Zuschreibung des Begriffes „Experte:in“ durch die forschende Person, anhand eines spezifischen Forschungsinteresses, verliehen wird.

5.1 Vor- und Nachteile der Methodik

Qualitative Verfahren verfolgen das Erkenntnisinteresse, Zusammenhänge in Bereichen, in denen nur wenig geforscht wurde, zu entdecken. Deshalb werden qualitative Methoden „auch als nicht standardisierte, interpretative oder rekonstruktive Forschung bezeichnet und dadurch charakterisiert, dass sie auf nicht standardisierte Instrumente und Verfahren zurückgreift, die je nach Forschungsgegenstand flexibel eingesetzt und an diesen angepasst werden können.“ (Scholl, 2016, S. 1) Jedes Forschungsinstrument weist dabei unterschiedliche Vor- und Nachteile auf, die ausschlaggebend für den Erfolg der Studie sein können.

In der qualitativen Forschung ist Subjektivität ein entscheidendes Merkmal. Diese wird als Teil der Forschenden, aber auch als Teil der Teilnehmer:innen nicht ignoriert, sondern im Gegenteil offengelegt und reflektiert. Hierbei ist es sinnvoll, sich die Frage zu stellen, wie die eigene Person die durchgeführte Studie beeinflusst. Die Reflexion beginnt bereits bei der Themenwahl, umfasst persönliche Interessen und Weltanschauungen und, wie diese sich auf die Ergebnisse der eigenen Untersuchung ausgewirkt haben. (vgl. Meyen et al., 2019) Diese Subjektivität kann als integraler Bestandteil der Offenheit, die die qualitative Forschung ausmacht, angesehen werden. Der Vorteil dieser Offenheit ist, dass ein tieferes und breites Verständnis in der Forschung erreicht werden kann. Jedoch kann dieses hohe Maß an Offenheit auch zu Problemen führen. Das Verständnis und die korrekte Interpretation können nicht vorausgesetzt werden. Dies setzt eine bestimmte Kompetenz, nicht nur von den Teilnehmer:innen, sondern auch der forschenden Person voraus. (vgl. Scholl, 2016)

Laut Meyen et al. (2019) gelten bestimmte Gütekriterien in der Forschung. Diese sind die wichtigsten Punkte:

- „• Zuverlässigkeit: intersubjektive Nachvollziehbarkeit;
- Gültigkeit: Stimmigkeit von Fragestellung, Theorie, Methode und Ergebnissen;
- Übertragbarkeit: Generalisierbarkeit;
- Werturteilsfreiheit: keine normative Beurteilung.“ (S. 41)

Ein deutlicher Nachteil, mit dem Forschungen zu kämpfen haben, ist das Phänomen der sogenannten sozialen Erwünschtheit. „Unter sozial erwünschtem Antwortverhalten versteht man

die Neigung von Befragten, ihre Antworten danach auszurichten, was innerhalb des normativen Systems ihrer Bezugswelt als sozial anerkannt und erwünscht gilt, wodurch der „wahre Wert“ verzerrt wird (social desirability bias, SDB).“ (Möhring & Schlutz, 2019, S. 60) Das heißt, die befragten Personen tendieren dazu, nicht mit dem zu antworten, was sie wirklich denken, sondern was sie als angemessen erachten. Dadurch kann es zu Verzerrungen in den Ergebnissen kommen. (vgl. Möhring & Schlutz, 2019)

Neben den Vor- und Nachteilen gibt es noch weitere Kriterien, die vor und während einer Forschung zu beachten sind. Im Vordergrund stehen hier ethische Handlungsprinzipien, die einen verantwortungsvollen Umgang mit den Teilnehmer:innen gewährleisten sollen. Das erste und wohl wichtigste Merkmal hier ist, dass die befragten Personen ein Recht darauf haben, frei informiert zu werden und sie zu jedem Zeitpunkt die Zustimmung ihrer Teilnahme wieder widerrufen können. Ausschlaggebend dafür ist, dass im Vorhinein alle Befragten über den Zweck der Untersuchung informiert und in welchem Ausmaß die erhobenen Daten verwendet werden. Zweitens ist es wichtig, dass den Teilnehmer:innen nicht unvorbereitet belastende Themen präsentiert werden. Dies ist Teil der vorherigen Abwägung, ob die Befragung mehr Schaden als Nutzen bringt. Grundsätzlich kann man sagen, der allgemeine Hauptnutzen einer Befragung ist der Erkenntnisgewinn für die Forschung. Für die Interviewten besteht der Nutzen darin, eigenes Wissen zu teilen oder dadurch selbst neue Erkenntnisse zu erlangen. Trotzdem kann eine Befragung, neben dem Verlust der Zeit, eine gewisse Belastung für die Studienteilnehmer:innen bedeuten, die berücksichtigt werden sollte. (vgl. Möhring & Schlutz, 2019)

5.2 Samplingverfahren

Das Samplingverfahren ist einer der entscheidendsten Aspekte einer durchgeführten Untersuchung. Bevor mit der Befragung begonnen werden kann, muss sich zunächst für ein Sampling entschieden werden.

„Unter Sampling (engl. Stichprobe, Auswahl) wird die Auswahl der zu befragenden Personen bezeichnet, die im Hinblick auf bestimmte Merkmalsausprägungen einen Teil der zu untersuchenden Grundgesamtheit darstellen. Grundgesamtheit bedeutet in diesem Sinne die Menge aller Elemente, die diese speziellen Kriterien besitzen.“ (Misoch, 2019, S. 199)

Wie bereits erwähnt, ist das Samplingverfahren für jede Untersuchung entscheidend. Das liegt daran, dass die ausgewählten Fälle nicht nur für sich stehen, sondern auch etwas Bestimmtes repräsentieren. Das Sampling ist somit ausschlaggebend für die Verallgemeinerung der Befunde einer qualitativen Studie. (vgl. Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2014, S. 179)

Für diese Arbeit bietet sich das sogenannte theoretische Sampling als geeignete Methode an. Hierbei handelt es sich um einen Prozess, bei welchem die Auswahl der Stichprobe schrittweise erfolgt. Die Basis sind jeweils zuvor erhobene Daten und deren vorläufige Auswertungen. Sobald sich die erhobenen Daten aus den einzelnen Kategorien, wie zum Beispiel der Befragung, Transkription oder Datenauswertung immer wiederholen, ist der Prozess beendet, da die Daten und somit die Forschung als gesättigt angesehen werden kann. Die Auswahl des Initialsamples orientiert sich dabei am allgemeinen Forschungsthema. Anschließend erfolgt eine neue Generierung des Samples anhand der ersten ausgewerteten Ergebnisse. Ausschlaggebend hierbei ist, dass die Auswahl der nächsten Samples auf Basis theoretischer Kriterien erfolgt. Dieser Zyklus wird so lange wiederholt, bis keine neuen Daten mehr gefunden werden können. (vgl. Misoch, 2019, S. 204f) Jedoch findet die Auswahl der zu befragenden Personen weniger im Sinne der Repräsentativität statt, „da die qualitative Sozialforschung eben nicht im Sinne der quantitativen Methodologie generalisieren möchte, ist die Frage der Stichprobengewinnung- und -ziehung, somit auch die der Repräsentativität, keine entscheidende. (Lamnek, 2005, S. 384)

Für diese Studie kommen für die Befragung sowohl deutschsprachige Frauen und Männer als auch englischsprachige in Frage. Die Altersgruppe wird mit 18 bis 64 Jahren nur gering eingeschränkt, da sich durch die große Altersspanne das Ausmaß an Erfahrungen in der Musikkarriere und dessen eventuellen Auswirkung auf das Rollenselbstverständnis gut beleuchten lässt. Die einzige Voraussetzung, um als Teilnehmer:in für die Befragung in Frage zu kommen, ist, dass die Person als professionelle:r Musiker:in tätig ist. Professionell bedeutet in dieser Studie Geld mit der ausgeübten Tätigkeit zu verdienen. Der Kontakt zu den befragten Musiker:innen war leicht herzustellen durch die persönliche Nähe der Forscherin zum Forschungsfeld. Ein sogenanntes Feld umfasst alle sozialen Handlungsfelder, die relevante Personen für eine Forschungsfrage beinhalten. Qualitative Forschung zielt darauf ab, Personen in natürlichen Umgebungen zu befragen, weshalb Interviews oft im Feld selbst stattfinden. Um qualitative Interviews durchzuführen, ist es wichtig, einen Zugang zu den interessierten Personen zu finden, die bereit sind, sich auf den intensiven Prozess einzulassen. (vgl. Misoch, 2019, S. 200-201)

5.3 Das Leitfadeninterview

Im Rahmen dieser Forschung dient der Leitfaden als zentrales Instrument für die Datenerhebung der Studie. Ein Leitfadeninterview strukturiert das Gespräch mithilfe eines Leitfadens, um einen bestimmten Themenweg vorzugeben. Dieses strukturierte Vorgehen dient in der Regel dazu, um spezifische Informationen zu erlangen oder um mehrere Interviews vergleichen zu können. (vgl. Helfferich, 2009, zitiert nach Kruse et al., 2015, S. 209) Der Leitfaden lässt sich in mehrere Abschnitte aufteilen. „Ein Leitfaden hat neben der inhaltlichen auch eine strukturelle Ebene“. (Misoch, 2019, S. 68) Zu Beginn wurden die Teilnehmer:innen über die allgemeinen Formalitäten der Befragung, wie dem Grund der Untersuchung, der Verwendung ihrer Daten oder Audioaufnahme des Interviews, informiert. Anschließend folgten ein paar leichte Einstiegsfragen, um die Interviewsituation aufzulockern und den befragten Personen die Möglichkeit zu geben, warm zu werden, während in der Hauptphase die relevanten Themen erörtert werden. Die Abschlussphase hilft dabei, den Befragten aus der Situation herauszuführen und das Interview zu beenden. (vgl. ebd., 2019, S.68-69)

Hierbei ist wichtig zu erwähnen, dass “die Interviewkonstellation eine besondere Wirkung auf die gemeinsame Texterzeugung innerhalb des Interviews” (Kruse et. al, 2015, S. 299) hat. Das bedeutet, dass vor allem die Beziehung und die Nähe zwischen Forscher:in und der befragten Person einen Einfluss auf das Interview ausübt. Hierbei wird unterschieden zwischen den Merkmalen von Nähe und Distanz, sowie Vertrautheit und Fremdheit. Es lässt sich erkennen, dass Nähe Vertrauen schaffen kann, wodurch eventuell offener erzählt wird. Gleichzeitig kann Nähe aber auch das Gegenteil bewirken, aus der Angst heraus, zu intime Details zu verraten. Eine Distanz zwischen den Personen hat auch ihre Vor- und Nachteile. Auf der einen Seite kann dadurch ein Gefühl von Sicherheit durch die Anonymität entstehen, auf der anderen Seite kann dies aber wie bei der Nähe auch wieder bedeuten, dass manche Details nicht erwähnt werden. (vgl. ebd. 2015, S. 299-300)

5.4 Pre-Test

Vor der Durchführung der Interviews wurde der Interviewleitfaden einem sogenannten Pre-Test unterzogen. Dabei geht es darum, mögliche Fehlerquellen zu finden und diese zu korrigieren, um einen bestmöglichen Ablauf der eigentlichen Befragung zu gewährleisten.

„Jedes konstruiertes Erhebungsinstrument muss nach dessen Fertigstellung und vor dem Einsatz in der Erhebung zwingend einem Pretest unterzogen werden. Dabei geht es darum,

- die Verständlichkeit der Fragen zu überprüfen
- die Schwierigkeiten der Probanden beim Ausfüllen zu ermitteln
- die bei Fragen auftretenden Varianzen zu ermitteln
- die Klarheit von Kategorien und Kategorienbildung zu überprüfen (Eindeutigkeit, Ausschliesslichkeit, Vollständigkeit) sowie
- die technische Funktionalität unter der Feldbedingung zu prüfen.“ (Pretests, o. J.)

Auch wenn es laut Weichbold (2022, S. 448-449) keine spezifischen Verfahren für Pretests in der qualitativen Forschung gibt, stuft er Probeinterviews, besonders bei Interviews die stärker strukturiert sind, von Vorteil ein. Der Pre-Test dieser Forschung diente nicht nur dazu mögliche Fehler im Leitfaden zu finden, sondern auch um die Interviewfragen bei Bedarf zu erweitern. So hat sich zum Beispiel herausgestellt, dass bei der ersten Frage im Themenblock „Arbeitsweise & Motive“ es sich als sinnvoll und meist auch nötig gestaltet, die Frage *“Worauf legst du bei deiner Arbeitsweise für deine Social-Media-Kanäle besonderen Wert?”* mit spezifischen Beispielen auszuschmücken, um den interviewten Personen zu veranschaulichen, worauf die Frage abzielt. Ein weiterer Nutzen des Probeinterviews war, die benötigte Zeit für die Durchführung des Interviews einschätzen, und den tatsächlichen Teilnehmer:innen vorab eine ungefähre Dauer, nennen zu können.

5.5 Aufbau des Leitfadens

Leitfäden für Interviews können in ihrem Umfang und Standardisierungsgrad variieren. Die Anzahl der Fragen kann von wenigen allgemeinen bis zu vielen detaillierten Fragen reichen und auch die Reihenfolge der Fragen kann festgelegt oder flexibel sein. Je nach Gesprächssituation können diese jeweils angepasst werden. Die Anzahl der Fragen hängt außerdem von der Interviewdauer ab, die in der Regel eine Stunde nicht überschreiten sollte. (vgl. Scholl, 2018, S. 68)

Der Leitfaden für die durchgeführten Interviews dieser Studie bestand aus ungefähr 30 Fragen, inklusive Nachfragen, die je nach Ausführlichkeit der Antworten eingesetzt wurden. Da für das

Sampling deutsch- sowie englischsprachige Teilnehmer:innen in Frage kamen, wurde der Leitfaden zuerst auf Deutsch erstellt und anschließend in die Englische Sprache übersetzt. Der gesamte Leitfaden lässt sich in diese vier Themenblöcke einteilen:

1. *Einstieg*
2. *Beruflicher Hintergrund*
3. *Arbeitsweise & Motive*
4. *Rollenverständnis*

Wie im Überkapitel 6. bereits kurz beschrieben, wurden zu Beginn des Interviews – nach Aufklärung über alle Formalitäten – drei Einleitungsfragen zur eigenen Person gestellt, um mit einfachen Fragen zu starten, bei welchen die befragten Personen nicht viel nachdenken mussten. Anschließend wurde im zweiten Themenblock der berufliche Hintergrund erfragt mit Fragen wie *“Wie lange bist du schon im Musikbusiness?”*, *“Wie würdest du deinen Job als Musiker:in beschreiben?”* und *“Würdest du das Internet bzw. soziale Plattformen als wichtigen Teil deines Jobs sehen?”*. Das Ziel dieses Abschnittes war es, die Musiker:innen langsam an die Thematik heranzuführen und ihnen mit den teilweisen offenen Fragen die Möglichkeit zu geben, in dem Ausmaß wie sie möchten, über sich selbst zu erzählen.

Im Anschluss folgten mehrere Hauptfragen über die Arbeitsweise und Motive der Musiker:innen. Bereits die erste Frage dieses Abschnittes: *“Worauf legst du bei deiner Arbeitsweise für deine Social-Media-Kanäle besonderen Wert?”* wurde mit dem Hintergrund auf die theoretischen Ansätze gestellt. Die Frage wurde mit der Absicht gestellt herauszufinden, ob die Interviewpartner:innen (eventuell auch nur unterbewusst) sich an bestimmten Arbeitsvorgehensweisen vor einer Veröffentlichung orientieren, so wie es Journalist:innen auch tun. Deshalb wurde auch nach dem Verantwortungsbewusstsein der Teilnehmer:inne gefragt mit Fragen wie *“Fühlst du dich verantwortlich für die Inhalte, die du veröffentlichst und deren potenziellen Einfluss auf deine Follower/Fans?”* und *“Stellst du ethische Überlegungen an, bevor du etwas veröffentlichst?”*.

Insbesondere der vierte Themenblock *“Rollenverständnis”* nahm Bezug auf das zentrale Thema dieser Arbeit und zwar das Rollenselbstverständnis von Musiker:innen. Der Einstieg erfolgte hier mit den Fragen *“Was ist für dich Musikjournalismus?”* und *“Wie definierst du die Rolle eines:r Journalist:in?”* um das allgemeine Verständnis bezüglich journalistischen Rollen zu

erforschen. Daraufhin folgten Fragen wie *“Wie siehst du deine eigene Rolle als Musiker:in im Kontext der Medienlandschaft?”* und *“Bist du der Meinung, deine publizierten Inhalte, egal ob Musik oder Postings auf Plattformen, haben eine gesellschaftliche Relevanz?”* die das Ziel hatten, mögliche Unterschiede in der Wahrnehmung zwischen professionellen Journalist:innen und der eigenen journalistischen Selbstwahrnehmung zu entdecken. Auch die gegensätzlichen Fragen *“Ab wann stuft du einen publizierten Inhalt als journalistisch ein?”* und *“Bist du der Meinung, dass deine Tätigkeiten in der Musik und in den sozialen Medien journalistische Merkmale aufweisen?”* dienten dazu mögliche Gleichheiten oder Unterschiede herauszuarbeiten. Des weiteren wurde nach den Vor- und Nachteile der eigenen Rolle im Vergleich zu der Rolle von Journalist:innen gefragt bevor dann am Schluss konkret nach der eigenen journalistischen Rollenselbsteinschätzung gefragt wurde mit der Frage *“Siehst du in deiner Rolle parallelen zu Journalist:innen?”*

Der Aufbau des Leitfadens ist daraus entstanden, dass *“...der Ablauf der Fragen und Themenkomplexe einer für den Experten nachvollziehbaren Argumentationslogik folgen [sollte]. Insofern ist es sicher sinnvoll, von allgemeineren auf spezielle Aspekte zu schließen und damit auch dem Experten die Möglichkeit zu geben, sich in das Gespräch einzufinden.”* (Kaiser, 2021, S. 65)

5.6 Empirische Untersuchung

In diesem Kapitel werden die Analyse und Auswertung der empirischen Untersuchung dargestellt. Bevor die zuvor durchgeführten, und aufgenommenen, Interviews mit den Expert:innen analysiert und ausgewertet werden können, müssen sie zunächst verschriftlicht, also transkribiert, werden. Anschließend erfolgt nach dem Ansatz von Meuser & Nagel (1991) eine Paraphrasierung der einzelnen Interviews, um daraufhin das paraphrasierte Material noch weiter zu verdichten damit ein thematischer Vergleich vorgenommen werden kann. Es folgt eine Kategorienbildung nach Kuckartz & Rädiker (2022), die den Grundstein für die Erstellung von allgemeinen Mustern und Interpretationsansätzen legt.

5.6.1 Analyse & Auswertung qualitativer Daten

Empirische Untersuchungen können unterschiedlich analysiert und ausgewertet werden. Je nach Forschungsziel bieten sich verschiedene Methoden an. Für diese Arbeit liegt es nahe, die Daten anhand einer Inhaltsanalyse auszuwerten. Inhaltsanalysen werden nicht nur als eine Art Forschungskonzept angesehen, sie gelten als verschiedene Ansätze empirischer Forschung. Allgemein gesagt befassen sie sich mit empirischen Daten und können im Laufe der Untersuchung entweder zur Erhebung oder Auswertung genutzt werden. (vgl. Steigleder, 2008, S.17) Wie im vorherigen Abschnitt beschrieben, beginnt die Analyse der Daten mit der Paraphrasierung der Interviews nach Meuser & Nagel (1991). Dabei handelt es sich um eine Entdeckungsstrategie, die nicht darauf abzielt, die Texte „als individuell-besonderen Ausdruck seiner allgemeinen Struktur zu behandeln. Das Ziel ist vielmehr, im Vergleich mit den anderen ExpertInnentexten das Überindividuell-gemeinsame herauszuarbeiten, Aussagen über Repräsentatives, über gemeinsam geteilte Wissensbestände, Relevanzstrukturen, Wirklichkeitskonstruktionen, Interpretationen und Deutungsmuster zu treffen“ (Meuser & Nagel, 1991, S. 452)

Auch Kuckartz & Rädiker (2022, S. 124) ersehen es als hilfreich eine sogenannte Fallzusammenfassung bevor der Kategorienbildung zu erstellen. Hierbei geht es darum nur die Aussagen zu paraphrasieren, die für die Beantwortung der Forschungsfragen eine Rolle spielen. Es sollte sich möglichst nur auf das Wesentliche konzentriert und eigene Interpretationen vermieden werden. (vgl. Kuckartz, 2014, S. 65) Anschließend erfolgt die

weitere Auswertung der Daten mit dem Ansatz der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse nach Kuckartz & Rädiker (2022, S. 71-156). Wie die unterhalb angeführte Grafik erkennen lässt, handelt es sich bei der Inhaltsanalyse um einen Prozess, der mehrere Schritte durchläuft.

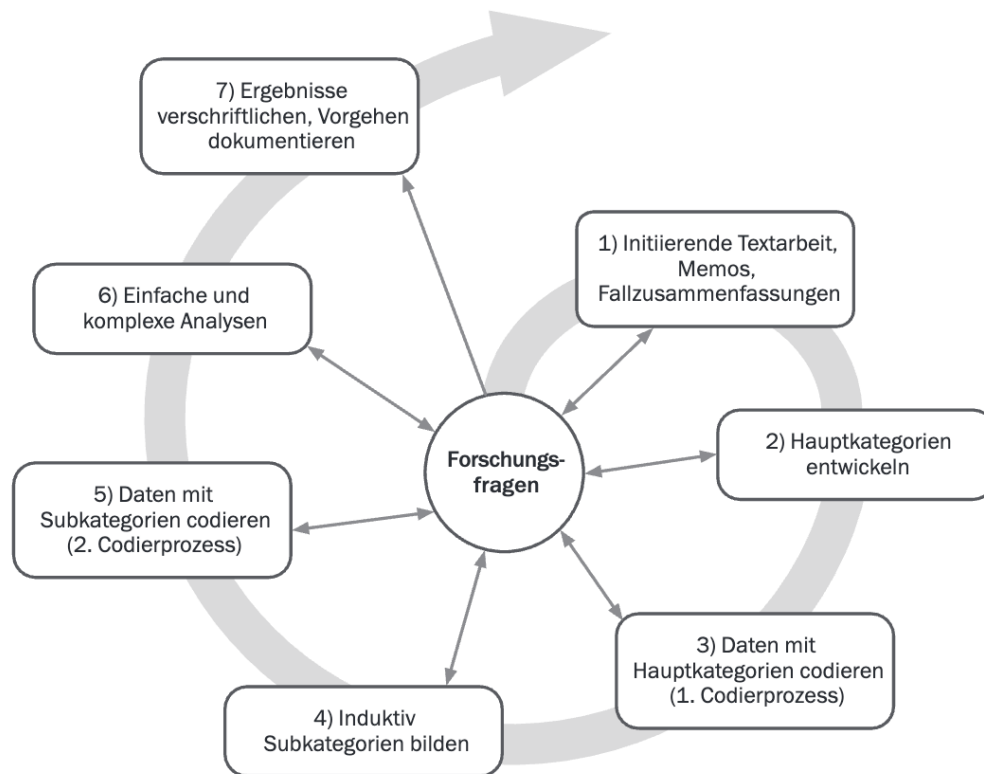


Abbildung 6: Der Ablauf einer inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 132)

Es werden zunächst in einem deduktiven Schritt Hauptkategorien entwickelt, die sich mehr oder weniger an den vorhandenen Forschungsfragen und dem Interviewleitfaden orientieren. Der dritte Schritt der Analyse und Auswertung der Daten ist der sogenannte erste Codierprozess. Hier werden bestimmte Textabschnitte aus der Zusammenfassung den einzelnen Kategorien zugewiesen. Auch ist es möglich, dass ein Textabschnitt mehrere Bedeutung besitzen und somit zu mehreren Kategorien zugeordnet werden kann. Dabei ist darauf zu achten, dass die Länge eines codierten Abschnittes so gewählt wird, sodass dieser auch ohne den ursprünglichen Zusammenhang noch verständlich ist. Nach der ersten Codierung erfolgt eine induktive, also an dem Datenmaterial orientierende, Subkategorienbildung. Alle Kategorien, die verfeinert werden sollen, werden zusammen mit den codierten Textabschnitten in einer Liste oder Tabelle zusammengefasst und in neue Kategorien eingeteilt, welche anschließend wieder geordnet und wenn nötig in allgemeinere

Kategorien zusammengefasst. Die einzelnen Kategorien definieren sich durch ausgewählte Zitate der zusammengefassten Interviews. Im Anschluss wird eine erneute Codierungsrunde durchgeführt, bei der die ausgearbeiteten Unterkategorien nun auf die zuvor hauptkategorischen codierten Textstellen zugewiesen werden. Nun kann die Analyse mit darauffolgender Präsentation der Ergebnisse erfolgen.

5.6.2 Paraphrasierung der Interviews

Wie zuvor bereits erwähnt, verfolgt die Paraphrasierung der Interviews das Ziel das Datenmaterial auf übersichtliche Art und Weise zu verdichten. Da der Fokus der Interviews auf den Inhalten liegt, wurden auf „aufwendige Notationssysteme ... [verzichtet]. Pausen, Stimmlagen sowie sonstige nonverbale und parasprachliche Elemente werden nicht zum Gegenstand der Interpretation gemacht.“ (Meuser & Nagel, 1991, S. 455)

5.6.2.1 Linton

Linton ist seit 1996 im Musikgeschäft tätig, mittlerweile als seine berufliche Haupttätigkeit. Er beschreibt seinen Alltag als Musiker administrativ, bei dem er viel Zeit vor dem Laptop verbringt und eher wenig Zeit für das eigentliche Musikmachen besitzt. Soziale Medien wie Instagram, Facebook und Patreon nutzt er hauptsächlich für PR-Zwecke, aber auch um mit Fans zu kommunizieren und diese über Neuigkeiten rund um die Band zu informieren. Für ihn ist das Internet und soziale Medien ein essenzieller Bestandteil des Jobs, da sie die Möglichkeit bieten, viele Menschen zu erreichen und das Bewusstsein für die Band zu steigern.

Und das, wenn man möchte, sogar auch noch kostenlos. Dennoch beschreibt er sein Verhältnis zu sozialen Medien als ambivalent und sieht sie als notwendiges Übel. Wichtig ist ihm, dass die Kommunikation auf Social Media klar, simpel und ohne doppelte Botschaften erfolgt. Mittlerweile hat er sogar gelernt darauf zu achten, zu welcher Tageszeit er Beiträge veröffentlicht. Er schätzt die Verfügbarkeit der Plattformen zu jedem Zeitpunkt.

Das Feedback von Fans und Followern beeinflusst seine zukünftigen Beiträge erheblich. Erfolgreiche Posts versucht er zu wiederholen, während Beiträge, die schlecht performen, eher vermieden werden. Linton unterscheidet klar zwischen persönlicher und öffentlicher Meinungen und vermeidet es, politische Inhalte zu teilen. Er ist sich der Auswirkungen seiner Posts auf seine Follower bewusst und ist der Meinung, dass diese auf jeden Fall einen Einfluss auf

die Fans haben. Zumindest auf diese, die bewusst der Band folgen und sich stark mit der Band und ihren Veröffentlichungen identifizieren. Er hofft aber auch einen Einfluss auf alle Anderen zu haben. Auf die Frage, ob er sich verantwortlich fühlt für seine Veröffentlichungen und die potentiellen Auswirkungen, antwortet der Musiker, dass das schon vorkommen kann, betont dabei allerdings, dass die Band kontroverse Themen grundsätzlich meidet. Wird sich innerhalb der Band doch dafür entschieden wird eine kontroverse Linie zu fahren, wird dies bewusst getan. Dabei ist ihm wichtig zu kennzeichnen, dass bestimmte Inhalte als nicht jugendfrei gelten. Weiters erklärt Linton, dass er ethische Aspekte berücksichtigen würde, wenn es notwendig wäre, allerdings glaubt aber, dass er mittlerweile eine Art eingebautes ethisches Gespür besitzt und sich somit nicht an vorgegebenen ethischen Richtlinien orientieren muss. Wenn es um darum geht wie er entscheidet, welche Meinungen er online teilt, sagt der Musiker er hat seine private Nutzung auf den Social Media Kanälen – zumindest, wenn es um das aktive Posten geht – bewusst eingeschränkt und teilt nur noch ausgewählte Meinungen.

Auf die Frage, was Musikjournalismus für ihn bedeutet, antwortet Linton, dass Musikjournalismus nicht nur Wissen vermitteln sollte, sondern auch den Musikgeschmack der Rezipient:innen zu erweitern. Die Rolle der Journalist:innen sieht er dabei fast als Mentor:in, der:die durch seine:ihre Expertise neue Musik präsentiert und als eine Art Filter fungiert. Einem Journalisten folgt er besonders gerne, und auch wenn Linton nicht immer der Meinung dessen zustimmt, schätzt er, dass er einen Mehrwert erhält und dass sein musikalischer Horizont erweitert wird. Ganz im Allgemeinen stuft er einen Inhalt als journalistisch ein, sobald eine Person nicht nur ein Interesse an einem Thema hegt, sondern auch ein Wissen darüber besitzt und dieses auf einer Plattform teilt. Seine eigene Rolle in der Medienlandschaft sieht er darin, Interviews zu geben, um Informationen über die Band und zukünftige Events zu teilen, aber er fühlt sich auch verpflichtet die Inhalte als unterhaltsam darzustellen. Früher machte sich der Musik noch mehr Sorgen über negative Reaktionen auf seine Aussagen, heute ist ihm das mittlerweile egal. Trotzdem betont Linton, dass alles, was man sagt oder tut – abhängig von der eigenen Weltanschauung – eine gewisse Relevanz haben kann. Es kommt seiner Meinung nach aber auch immer darauf an, wie hoch die eigene Reichweite ist und wie viele Menschen ihn dadurch hören.

Journalistische Merkmale seiner Arbeit sieht er besonders im Songwriting. Auch wenn die Texte auf eine künstlerische Art und Weise dargestellt werden, sieht er Parallelen bei der Auswahl, Recherche und Verarbeitung von Themen. Trotzdem betont er, dass Journalisten eine

größere Verantwortung tragen und vielleicht nicht immer das schreiben können, was sie möchten, um ihre Karriere nicht zu gefährden. Er hingegen muss über sowas nicht nachdenken. Linton sieht das als Vorteil für sich selbst, aber als Nachteil für den Journalismus. Wenn er allgemeine Informationen veröffentlicht, ist es ihm wichtig, dass seine Inhalte korrekt und glaubwürdig sind. Wenn nötig recherchiert er, um sicherzustellen, dass alles richtig ist. Meistens verlässt er sich jedoch auf sein Gedächtnis, besonders wenn es sich um selbst erlebte Geschichten handelt. Er sagt das ist eben seine Wahrheit.

In Zukunft möchte Linton noch interessantere Inhalte teilen und seine Veröffentlichungen noch durchdachter darstellen. Bei der Frage nach Parallelen zwischen seiner Rolle und der Rolle eines Journalisten: Beide präsentieren Informationen, in diesem Fall über die Geschehnisse in der Musikszene. Außerdem glaubt er, dass beide Rollen sich Wissen aneignen wollen, um dieses dann mit anderen teilen zu können. Dennoch sieht er sich klar als Musiker und nicht als Journalist, auch wenn er den künstlerischen Aspekt im Schreiben von Journalisten anerkennt. Für ihn kann Musikjournalismus, ähnlich wie Musik selbst, eine Kunstform sein, was er als weitere Parallele anerkennt.

5.6.2.2 Elliott

Seit 2003 ist Elliott als professioneller Musiker tätig. Er beschreibt den Job als kreativ, wobei dieser mittlerweile eine Nebenbeschäftigung für ihn darstellt. Über seine Nutzung von sozialen Medien sagt er, dass er diese nur wenig verwendet, obwohl er sie als einen wichtigen Teil seines Berufs ansieht, da er damit eine breite Zielgruppe mit Werbung erreichen kann. Wenn er solche Kanäle nutzt, dann nur Facebook bzw. Plattformen von Meta, mit dem Ziel Veranstaltungen oder neue Veröffentlichungen zu promoten. Elliott schätzt nichts an der Arbeit mit sozialen Medien, er sieht sie einfach als eine Notwendigkeit. Auch in Bezug auf die Frage, wie sehr Feedback von Fans oder Follower seine zukünftigen Beiträge auf den Plattformen beeinflusst, sagt er, dass dies weniger Einfluss hat, als es wahrscheinlich sollte. Sein Interesse an solchen Rückmeldungen ist eher gering. Kunst stellt für ihn eine Reflexion der eigenen, privaten Gedanken dar und alles, was er veröffentlicht, spiegelt somit seine eigenen Beobachtungen wider und er unterscheidet nicht zwischen privater und öffentlicher Meinung. Aus diesem Grund glaubt der Musiker auch nicht, dass seine Publikationen einen Einfluss auf andere haben, obwohl ihm bereits das Gegenteil bestätigt wurde. Trotzdem fühlt er sich verantwortlich für das, was er veröffentlicht. Er ist der Meinung, es ist einfach gefährliche Ideen zu verbreiten,

weshalb er Acht darauf gibt, genau das nicht zu tun und vermeidet Menschen vorzuschreiben, was sie tun sollen. Auch wenn er sich dabei nicht an bestimmten ethischen Richtlinien orientiert, hört er immer auf seinen eigenen, inneren ethischen Kompass. Worüber er am Ende des Tages öffentlich spricht, macht er davon abhängig, ob ihn die Themen selbst beschäftigen oder nicht. Sobald er selbst Probleme hat bestimmte Dinge zu verstehen, sieht er es als seine Verantwortung darüber zu schreiben.

Musikjournalismus empfindet Elliott für wichtig, um anderen zu helfen, neue Musik zu entdecken und zu verstehen. Ein:e Journalist:in ist für ihn jemand, der:die versucht, den Gedanken hinter der Kunst zu verstehen und nicht nur sich selbst und irgendein Insiderwissen in den Vordergrund zu stellen. Einen Inhalt betrachtet er als journalistisch, sobald dieser gedruckt ist. Auf die Frage nach seiner eigenen Rolle in der Medienlandschaft sagt Elliott, dass er dort nur präsent ist, weil sich andere dafür interessieren, was er tut. Würde er nicht tun, was er tut, würde er in der Medienlandschaft erst gar nicht existieren. Auch ist das Interesse an seinen Handlungen essenziell für seine Existenz in diesem Bereich. Die soziale Relevanz seiner veröffentlichten Inhalte wird dabei gar nicht von ihm selbst geschaffen, sondern sie ergibt sich aus dem was bereits vorhanden ist. Ihm geht es nicht darum, das Neueste oder Verrückteste zu erschaffen, sondern er kreiert nur – basierend auf dem, was bereits zuvor erschaffen wurde – weil es bereits relevant ist. Trotzdem glaubt er nicht, dass seine Kunst in Zukunft den Menschen in Erinnerung bleiben wird.

Seine eigenen Aktivitäten in der Musik oder den sozialen Medien sieht er nicht als journalistisch an, da seine Beiträge entweder nur rudimentär, simple Beobachtungen oder reine Werbung sind. Dennoch ist es ihm wichtig, dass die Informationen, die er teilt, korrekt und glaubwürdig sind. Kunst hin dessen muss das seiner Meinung nach nicht sein. Trotz allem sieht er im Allgemeinen Parallelen zwischen seiner Rolle und der Rolle eines:r Journalisten:in. Beide beobachten und dokumentieren aktuelle Geschehnisse. Die Vorteile und Nachteile seiner Rolle im Vergleich zu der eines:r Journalisten:in beschreibt Elliott folgendermaßen: Wenn er öffentlich über Journalist:innen schreibt, begibt er sich damit in eine sehr prekäre Position, da er Gefahr läuft, eine der fundamentalen Freiheiten der Demokratie, den Journalismus, anzugreifen. Wenn jedoch ein:e Journalist:in über ihn schreibt, dann ist das genau das, was die Person zu tun hat. Das sieht der Musiker somit als einen Nachteil seiner Position.

5.6.2.3 Eric

Eric ist seit 22 Jahren hauptberuflicher Musiker und beschreibt seinen Job als einen ständigen Kampf ohne jegliche Garantie mit viel Ungewissheit. Er nutzt eine Vielzahl – seiner Meinung nach schon zu viele – Plattformen in den sozialen Medien. Dazu gehören Instagram, Facebook, Patreon, SoundCloud und noch weitere Musik-Streaming Plattformen. Hauptsächlich verwendet er sie für allgemeine Werbung, Bewerbung von Auftritten, zum Verkauf von eigenen Merchandise Artikeln. Er sieht Social Media nicht mehr als Option, sondern als etwas wesentliches, insbesondere als unabhängiger in der heutigen Zeit. Eric ist der Meinung, dass es leider genauso wichtig ist wie die Musik selbst. Mit seiner online Präsenz verfolgt er die Ziele des Wachstums seiner Fangemeinde, die Steigerung von Verkäufen sowie das Senken von Werbekosten durch die Nutzung kostenloser Plattformen. Besonders wichtig ist ihm vor allem die Interaktion mit seinen Fans, obwohl er diese eher als Notwendigkeit ansieht und nicht unbedingt persönlich schätzt. Trotzdem beeinflusst ihn das Feedback von seinen Fans erheblich. Der Musiker betont auch hier die Notwendigkeit, erfolgreiche Beiträge zu wiederholen und weniger effektive Strategien zu überdenken. Im Allgemeinen strengt er sich an relevant zu bleiben und sich stets über neue Trends und technische Entwicklungen zu informieren.

Zwischen öffentlicher und privater Meinung unterscheidet Eric deutlich. Die Wirkung seiner Publikationen auf seine Fans und Follower schätzt er dabei unterschiedlich ein: Für eher sporadische Fans sieht er keine Relevanz, während sie für engagierte Fans von großer Bedeutung ist. Unter anderem deshalb fühlt er sich auch verantwortlich für die Inhalte, die er veröffentlicht. Außerdem sagt er, alles was er postet, repräsentiert ihn, weshalb er es vermeidet, Inhalte zu teilen, die seinen persönlichen Werten widersprechen. Bei der Entscheidung, welche Themen er öffentlich teilt, folgt er der allgemeinen Regel Politik und Religion zu meiden, es sei denn, er glaubt, dass seine Meinung in bestimmten Fällen eine signifikant positive Wirkung haben könnte. In solchen Fällen ist er bereit diese imaginäre Grenze zu überschreiten.

Für Eric bedeutet Musikjournalismus eine fundierte Meinung oder Reaktion zur Musik. Er glaubt, dass mittlerweile viele Berichterstattungen gar nicht mehr wirklich journalistisch sind, da die Linien immer mehr verschwimmen. Er sieht dies als eine Art Graubereich, in dem Fakten einfach nur wiederholt werden, aber kein richtiger Journalismus mehr sind. Für ihn umfasst Journalismus eine Art von Recherche, Integrität und das Einholen sachkundiger Meinungen. Die Rolle von Journalist:innen selbst verbindet er mit Objektivität, Fairness und dem Erzählen

von Geschichten. Einen Inhalt erachtet er als journalistisch, wenn er mit künstlerischer oder journalistischer Integrität – Begriffe, die sich seiner Meinung mit Social Media auch verändert haben – veröffentlicht und auf eine intellektuelle und ethische Weise präsentiert wird.

Seine eigene Rolle im großen Kontext der Medienlandschaft sieht er darin, dass er hofft als Künstler anerkannt zu werden. Auf die Frage, ob seine veröffentlichten Inhalte, sei es Musik oder Online-Postings, soziale Relevanz haben, sagt der Musiker, dass er das für inhärent hält. Er sieht seine Inhalte als Teil einer sozialen Struktur durch die Anwendung von bestimmten Werten während der Veröffentlichung. Außerdem erkennt Eric auch journalistische Elemente in seiner Arbeit wieder. Zum Einen Werbung und zum Anderen die Berichterstattung über einen bestimmten Ort und Details von Geschehnissen. Den einzigen Unterschied den er zwischen Musikjournalismus und seiner Arbeit sieht, ist dass die Erstellung von Social-Media-Inhalten als Musiker von Natur aus weniger journalistisch ist. Für ihn bietet seine Rolle im Vergleich zu Journalist:innen den Vorteil einer gefesselten Zielgruppe und einer größeren Reichweite. Der Nachteil besteht darin, dass eine stärker meinungsbezogene Darstellung weniger objektiv wirken kann.

Dass seine veröffentlichten Informationen korrekt und glaubwürdig sind, findet er wichtig. Eric vermeidet es, wissentlich Fehlinformationen zu posten und versucht, einfache Fakten vor dem Posten zu überprüfen. Auch sieht er Parallelen zwischen seiner Rolle und der Rolle von Journalist:innen. Besonders der Ständige Versuch nach mehr Reichweite und einem Publikum sowie dem Streben nach Glaubwürdigkeit. Er sagt, nicht nur Journalist:innen, sondern auch Künstler:innen wollen geglaubt werden.

5.6.2.4 Jamie

Bereits seit 30 Jahren, also seit 1994, ist Jamie Musiker. Mittlerweile ist dies auch seine berufliche Haupttätigkeit und er beschreibt den Job als „episch großartig“ und „unterbezahlte, harte Arbeit“. Er hält wenig von sozialen Medien, empfindet deren Nutzung jedoch wichtiger als die Musik selbst, da es seiner Meinung nach essenziell ist, um eine öffentliche Präsenz aufrechtzuerhalten. Hauptsächlich benutzt er dafür Facebook und Instagram. Als Ziele für die Nutzung dieser Plattformen verfolgt er die Interaktionen mit seinen Followern sowie die Erinnerung an seine Existenz. Die Interaktionen mit seinen Fans ist auch das, was er besonders schätzt an seiner Arbeit in den sozialen Medien. Allerdings hat Jamie festgestellt, dass seine persönlichen

Werte nicht immer mit den Werten seiner Followern übereinstimmen. Ihm ist aufgefallen, dass Postings mit allgemeinen Informationen weniger gut ankommen im Vergleich zu einem einfachen Selfie. Er erhält auch kaum konstruktives Feedback, sondern meist nur Klicks und Likes. Jamie erklärt, dass ihm das aber auch ganz recht ist, da er nur ungerne persönliche Angelegenheiten mit der Öffentlichkeit teilt.

Obwohl seine Follower augenscheinlich Jamie's Selfies bevorzugen, glaubt der Musiker einen Einfluss auf die Menschen zu haben. Er konnte feststellen, dass sich viele an seinen Empfehlungen, besonders in Bezug auf Musikinstrumente, orientieren. Deshalb fühlt er sich auch verantwortlich für die Inhalte, die er veröffentlicht und versucht es zu vermeiden seine persönliche Meinung zu kontroversen Themen zu teilen. Bevor er etwas veröffentlicht, zieht er ethische Überlegungen in Betracht und meidet zum Beispiel politische Themen. Grundsätzlich veröffentlicht er nur Sachen, die etwas mit Musik zu tun haben oder eben Fotos von sich selbst.

Für ihn bedeutet Musikjournalismus Dokumentation und Berichterstattung über alles, was mit Musik zu tun hat, sei es über Platten, Veranstaltungen oder allgemeine Informationen aus der Musikbranche. Als Journalist:in definiert er jemanden, der:die, in einer idealen Welt, Fakten objektiv und wahrheitsgemäß berichtet. Einen Inhalt sieht er als journalistisch an, wenn etwas dokumentiert wird, unabhängig von den genutzten Werkzeugen. Seine eigene Rolle in der Medienlandschaft sieht er als Entertainer, dessen Aufgabe es ist, so viele Menschen wie möglich zu unterhalten. Er strebt nicht danach, die Welt mit seinen Postings in den sozialen Medien zu verändern. Die soziale Relevanz seiner Inhalte hängt für ihn also von dem Interesse der Menschen an ihm ab.

Seine Inhalte haben laut Jamie journalistische Merkmale, da sie Reisen, die Erlebnisse bei Shows und Interaktionen mit Fans dokumentieren. Dennoch verfolgt er mit seinen Veröffentlichungen nicht das Ziel, sie als journalistisch darzustellen, sondern sieht dies eher als einen Nebeneffekt an. Den Unterschied zwischen der Präsentation seiner Publikationen und der im Musikjournalismus liegt für ihn darin, dass seine Inhalte weniger auf Information und mehr auf Unterhaltung und Spaß ausgerichtet sind. Musikjournalismus fokussiert sich hingegen mehr auf Dokumentation und Berichterstattung. Außerdem teilt Jamie nur solche Inhalte, bei denen er sich absolut sicher sein kann, dass sie korrekt und relevant sind. Die Vorteile seiner Rolle im Vergleich eines:r Journalist:in ist die direkte Verbindung zum

Publikum, während die journalistische Rolle sich eher darauf konzentriert der Öffentlichkeit zu zeigen, was er tut.

Auf die Frage, ob er Parallelen zwischen seiner Rolle und der von Journalist:innen sieht, sagt er, dass Journalist:innen fokussiert darauf sind, Ereignisse zu dokumentieren. Im Gegensatz dazu zielt er darauf ab, durch direkte Interaktion und Unterhaltung mehr im Kontakt mit den Rezipient:innen zu stehen. Jamie sieht es somit nicht als das Gleiche, aber würde sagen, dass Unterhaltung und Journalismus in gewisser Weise symbiotisch und notwendig sind. Er ist sozusagen nur die andere Seite der Medaille.

5.6.2.5 Zach

Zach fand vor 24 Jahren zur Musik. Es ist seine Leidenschaft, aufgrund des finanziellen Aspekts nur seine Nebenbeschäftigung. Er beschreibt den Job als harte Arbeit, aber empfindet es als besonders, die Möglichkeit zu haben seine Kunst mit den Menschen zu teilen. Auch Zach benutzt Social Media und ist dabei hauptsächlich auf Facebook und Instagram vertreten. Mit manchen seinen Accounts auch auf TikTok und YouTube. Diese Plattformen verwendet er zur Promotion für Touren, Konzerte oder neuen Veröffentlichungen, aber auch, um mit Menschen in Kontakt zu treten. Er hält das Internet und insbesondere Social Media für entscheidend, um sich als Musiker einen Namen zu schaffen. Außerdem ist ihm wichtig einen Raum zu schaffen, in dem sich Menschen wohlfühlen und eine Verbindung zu seiner Band oder Musik aufbauen können. Zach schätzt an seiner Arbeit in den sozialen Medien besonders die Möglichkeit mit Menschen aus der ganzen Welt in Kontakt zu treten.

Ob Feedback von Fans und Followern seine zukünftigen Beiträge und Meinungen beeinflusst, beantwortet er mit Ja und Nein. Er sagt, der größte Einfluss auf seine Beiträge kommt von den Einschränkungen der Social-Media-Plattformen, denen er sich anpassen muss, um nicht der Zensur zu verfallen. Zach betont, auch wenn er eine gewisse Trennung zwischen seinen Band-Accounts und seinem persönlichen Profil versucht zu wahren, spiegeln alle Veröffentlichungen immer seine wahre Meinung wider. Außerdem achtet er darauf nicht bestimmte Gruppen mit einer Meinungsdarstellung auszugrenzen. Denn so wie der Musiker erzählt, lässt sich bereits mit – seiner Meinung nach – seinen auch nur wenigen Followern erkennen, wie direkt seine Inhalte andere Menschen beeinflussen. Er empfindet diesen Einfluss aber auch als etwas beängstigend, da Menschen auch dazu tendieren können bestimmte Botschaften falsch zu

interpretieren. Er betont, er übernimmt auf jeden Fall volle Verantwortung für das, was er publiziert. Wie die Inhalte aber teilweise interpretiert werden, da ist er sich noch unsicher, wie sehr hierfür Künstler:innen verantwortlich sind. Auch auf ethische Aspekte achtet Zach bevor er etwas veröffentlicht. Er denkt nicht nur darüber nach, wie die Menschen darauf reagieren könnten, sondern zieht auch die Limitationen der Algorithmen in Betracht. Wie er ganz im Allgemeinen darüber entscheidet, welche Themen er öffentlich teilt, hängt oft von seiner momentanen Stimmung ab. Der Musiker gibt zu, dass er manchmal Schwierigkeiten hat seine Impulse zu kontrollieren und basierend darauf bestimmte Themen wählt, über die er sich mitteilen möchte.

Für Zach bedeutet Musikjournalismus Rezensionen, Konzertberichte und das Malen eines Bildes, damit die Leute verstehen können, wie eine Band klingt. Aber genauso wie jede andere Form des Journalismus sollte dies seiner Meinung nach auf eine objektive Art und Weise passieren. Die Rolle der Journalist:innen selbst sieht er dabei als Dokumentarist:in. Er sieht sie als die Menschen, die das was in der aktuellen Zeit passiert, für andere Menschen beschreiben. Sie zeigen Dinge auf, die die Menschen weder hören noch sehen wollen. Einen Inhalt definiert er dann als journalistisch, wenn es sich bei Aussagen nicht nur um die eigene Meinung handelt, sondern diese mit unterstützenden Argumenten und Quellen, welche zuvor recherchiert wurden, belegt werden können. Seine eigene Rolle im Kontext der Medienlandschaft sieht er dabei als eine Art Marke, die er im Musikbusiness zu vermarkten hat. Jeder entscheidet also selbst, wie er oder sie sich darstellen möchte. Eine soziale Relevanz seiner Veröffentlichungen nimmt er nur in seinem unmittelbaren Umfeld wahr. Auf einer größeren Ebene glaubt er nicht, dass diese eine wichtige Rolle spielen.

Zach ist davon überzeugt, dass nicht nur seine Publikationen journalistische Merkmale aufweisen, sondern dass alle, die Musik machen, davon betroffen sind. Sobald Künstler:innen über Themen schreiben, die ihnen wichtig sind, übernehmen sie eine journalistische Rolle. Besonders wenn Songtexte sich auf historische Ereignisse beziehen oder sich mit gesellschaftlichen Problemen auseinandersetzen, dann zählt dies für Zach als eine Art von Berichterstattung. Er sieht weniger einen Unterschied in den Inhalten, sondern eher im Ansatz. Deshalb erkennt er auch einen klaren Unterschied in der Art und Weise wie er Informationen präsentiert und wie es Musikjournalist:innen tun. Journalist:innen schreibt er speziellere Fähigkeiten zu, während er im Gegensatz poetische Freiheit besitzt. Auch ist Zach der Meinung, dass die Arbeit von Journalist:innen mehr Kritik ausgesetzt ist. Musiker:innen

können sich dagegen laut ihm bis zu einem gewissen Grad hinter ihrer Fangemeinde, ihrer Musik oder ihrer Künstlerpersönlichkeit verstecken. Trotzdem ist es ihm wichtig, dass die Informationen, die er als objektiv präsentiert, auch korrekt und glaubwürdig sind und versucht sicherzustellen zuvor genügend Quellen dafür zu finden. Handelt es sich mehr um ein Gefühl, dann beruft er sich darauf und ist überzeugt davon. Abschließend lässt sich über den Musiker sagen, dass er klare Parallelen zu Journalist:innen sieht. Seiner Ansicht nach berichten Musiker:innen, genauso wie Journalist:innen, über Dinge, die sie beobachten und helfen anderen dabei diese zu verstehen. Er betont allerdings wie wichtig es ihm ist, dass Musiker:innen in der Lage sein sollten Ideen oder Gedanken in ihren Liedern auch mit fundierten Quellen zu belegen.

5.6.2.6 Sami

Seit ungefähr 20 Jahren schon bezeichnet Sami sich als Musiker und zählt dieses aktuell zu seinem beruflichen Schwerpunkt. Das Musikmachen an sich beschreibt er als den geringeren Arbeitsaufwand, da er auch als sein eigenes Label und Promoteam fungiert. Für seine Arbeit nutzt Sami außer Snapchat alle gängigen Plattformen in den sozialen Medien. Als Ziele verfolgt er damit nicht nur die Akquise neuer Hörer, sondern auch die Pflege seiner bereits bestehenden Fangemeinschaft. Außerdem versucht er Hörer durch sogenannte Funnels zu Plattformen wie Patreon zu lenken und langfristige Fans zu gewinnen. Social Media ist somit für ihn ein genauso wichtiger Bestandteil wie die Musik selbst und nach eigenen Aussagen sogar noch der zeitintensivere. Sami möchte, dass die Besucher seiner Profile von den Inhalten angesprochen werden, sodass sie sich weiter mit ihm und seiner Musik beschäftigen. Ihm ist eine Mischung aus spontanen und geplanten Inhalten wichtig, die den Rezipientinnen nicht nur als eine Art von Entertainment dienen, sondern ihnen auch Gefühl von Verständnis und Gemeinschaft vermitteln. Nichtsdestotrotz beeinflusst das Feedback seiner Fans und Follower seine zukünftigen Inhalte kaum, außer es handelt sich dabei um durchdachte Meinungen von langjährigen Fans, die ihn mittlerweile kennen.

Auch differenziert Sami zwischen seiner privaten und öffentlichen Meinung. Die Grundessenz ist zwar gleich, allerdings ist seine öffentliche Meinung viel weniger umfassend und er vermeidet zum Beispiel politische Aussagen. Dies stammt unter anderem von seinem Bewusstsein über den potenziellen Einfluss, den seine Inhalte auf Fans und Follower haben kann. Sehr häufig bekommt er, besonders über Patreon oder bezüglich seines Newsletters,

Rückmeldungen, welche Auswirkungen seine publizierten Inhalte haben. Deshalb fühlt sich der Musiker auch verantwortlich dafür, keine Inhalte zu posten, die zu negativen Interpretationen führen könnten. Ethische Überlegungen hingegen stellt er nicht aktiv vor jedem Posting an, da er glaubt, dass sich diese im Laufe seines Lebens gefestigt haben und er somit einen eingebauten Kompass besitzt. Seine thematische Auswahl für seine Veröffentlichungen basieren meist auf zwischenmenschlichen Angelegenheiten. Er orientiert sich für seine Social-Media-Postings meist an seinen Liedern und stellt sich immer erst die Frage, wie können möglichst viele Menschen eine Verbindung dazu aufbauen.

Musikjournalismus bedeutet für Sami gar nichts mehr, da er der Meinung ist, dass dieser nicht mehr existiert. Er empfindet ihn mittlerweile als wenig innovativ und nur noch als das Abschreiben und Aneinanderreihen von Promozetteln. Journalist:innen sollten seiner Meinung nach neue Themen entdecken und daraus eine informative und unterhaltsame Geschichte erarbeiten. Da dies die meisten Künstler:innen mittlerweile bereits schon selber machen, glaubt er ist das für den Musikjournalismus gar nicht mehr möglich. Einen Inhalt stuft er als journalistisch ein sobald Informationen präsentiert werden die für Leser:innen neu und durch einfaches googeln nicht direkt zugänglich sind. Seine eigene Rolle sieht er dabei nicht wirklich als ein Teil der Medienlandschaft. Schon seit ein paar Jahren sieht er sich sozusagen als eine Art Sendestation, die all ihre Inhalte selbst produziert und veröffentlicht. Das verbindet Sami dann gerne noch mit Werbung und versucht so viel organische Reichweite wie möglich zu bekommen.

An eine gesellschaftliche Relevanz seiner Inhalte glaubt der Musiker auf jeden Fall. Dabei ist ihm wichtig, dass seine Publikationen nicht unbedingt den Zustand der Menschen verschlechtert, obwohl er auch in negativen Emotionen einen Weg zu positiven Veränderungen sieht. Er sieht die Relevanz bei den Menschen, die die Relevanz selbst auch darin sehen möchten. Weisen seine Inhalte neue Informationen oder unterhaltsame Elemente auf, dann erkennt Sami definitiv journalistische Aspekte in seiner Arbeit. Auch in der Art und Weise wie Journalist:innen und er bestimmte Themen präsentierten sieht er Ähnlichkeiten. Der einzige Unterschied liegt für ihn in darin, dass seine Präsentation im Vergleich viel kürzer ist. Dennoch erkennt er Vor- und Nachteile seiner Rolle im Vergleich zu Journalist:innen. Der Vorteil für ihn selbst, aber ein Nachteil für die Welt, ist die Tatsache, dass er sich seine publizierten Inhalte bewusst aussuchen und unangenehme Themen vermeiden kann. Ein weiterer Vorteil, nicht nur für ihn selbst, ist, dass er interessantere und tiefere Einblicke bieten kann, da er sich mit sich

und seiner Arbeit besser als irgendein:e Journalist:in auskennt. Dabei ist ihm nicht wirklich wichtig, ob seine veröffentlichten Inhalte korrekt und glaubwürdig sind. Der Musiker sieht sich als Alleinunterhalter und schreibt kleinen Unwahrheiten, wie falsche Jahreszahlen, keine große Bedeutung zu. Parallelen zu Journalist:innen sieht er aber trotzdem, mit dem einzigen Unterschied, dass er das Ganze exklusiv auf sich bezogen macht. Das erlaubt ihm Themen viel präziser und detaillierter zu behandeln, da er im Vergleich zu Journalist:innen sich nicht täglich mit mehreren, unterschiedlichen Angelegenheiten auseinandersetzen muss.

5.6.2.7 Samuel

Samuel macht seit 20 Jahren Musik und zählt dies nun seit einigen Jahren zu seiner beruflichen Haupttätigkeit. Er beschreibt den Job als vielfältig und kreativ, da neben der Musik auch Aufgaben wie die Aufrechterhaltung einer Social-Media-Präsenz, Tourplanung und Live-Auftritte dazugehören. Mittlerweile besitzt er keine privaten Profile auf den Plattformen mehr, sondern nur noch Bandaccounts auf Facebook und Instagram. Hauptsächlich dienen die Profile dazu, um in Kontakt mit den Fans zu treten und um Band-Infos oder Ankündigungen zu teilen. Er betrachtet die sozialen Medien als einen immer wichtigeren Teil seines Jobs. Zu den Zielen mit der Online-Präsenz gehören unter anderem der Kontakt zu den Fans, Reichweitensteigerung und um seine Musik bekannter zu machen. Aber auch Werbung für Konzerte sind ihm ein wichtiger Punkt. Bei seiner Arbeit legt er großen Wert darauf, dass die Inhalte authentisch sind und nicht nur den Fans, sondern auch der Band selbst, einen Mehrwert bieten.

Das Feedback von Fans und Followern beeinflusst seine zukünftige Beiträge und Meinungen nur begrenzt. Künstlerisch hat das Feedback eher weniger Einfluss, positive Rückmeldungen auf Postings hingegen werden berücksichtigt. Zwischen öffentlicher und privater Meinung unterscheidet er nicht wirklich, da alle Inhalte auf den Band-Accounts authentisch seine Meinung und die der Band-Mitglieder widerspiegeln. Samuel sagt, dass er sich auf jeden Fall verantwortlich für die Inhalte, die er postet, fühlt und stellt sicher, dass diese der Wahrheit entsprechen und keine Richtlinien verletzen. Ethische Überlegungen hingegen spielen eine eher kleinere Rolle. Auch hier betont er, dass er sich hauptsächlich an gesetzliche Rahmenbedingungen und die Richtlinien der Plattformen hält. Auch hat die Band beschlossen, öffentlich keine politischen Meinungen zu teilen. Bei der Kunst hingegen gibt es keine Grenzen.

Musikjournalismus nimmt für Samuel eine kurative Rolle ein, bei der Bands für die Berichterstattung selektiert werden. Journalist:innen selbst definiert er hierbei als einen kanalisierten Spiegel, welcher Geschehnisse abbildet und über diese berichtet. Einen Inhalt stuft er dann als journalistisch ein, wenn er persönliche Meinungen enthält und bewusst ausgewählt und geschrieben wurde. Im Vergleich zur Rolle von Journalist:innen sieht er seine eigene in der Medienlandschaft als eine ungefilterte, die direkt an die Fans berichten kann. Auch ist Samuel der Meinung, dass seine publizierten Inhalte eine gesellschaftliche Relevanz aufweisen, insbesondere wenn gesellschaftlich relevante Themen in den Songtexten verarbeitet werden. Geht es um zum Beispiel Tourankündigungen, dann sieht er dabei keine gesellschaftliche Relevanz. Journalistische Merkmale kann er aber auf jeden Fall in seiner Musik sowie seinen Aktivitäten auf Social Media wiederfinden. Vor allem dann, wenn gesellschaftskritische Themen, die auch für ihre Fans von Bedeutung sind, angesprochen werden und es über reine Informationen hinausgeht.

Der Unterschied zwischen der Art und Weise, wie er Informationen präsentiert, und dem Musikjournalismus, liegt in seiner direkten Ansprache der Fans im Vergleich zur breiteren Leserschaft von Journalist:innen. Als Vor- sowie Nachteil seiner Rolle sieht er, dass seine Rolle vielseitiger ist. Aber auch dem Musiker ist es wichtig, dass seine veröffentlichten Inhalte korrekt und glaubwürdig sind. Er möchte stets authentisch und wahrheitstreu bleiben und stellt dies sicher mit Fact-Checkings verschiedenster Art. Allein bei der Erstellung von Songtexten werden bestimmte Infos vorab recherchiert und verifiziert. Im Großen und Ganzen sieht Samuel Parallelen zwischen seiner Rolle und der von Journalist:innen. Diese fangen für ihn schon beim Wahrheitsgehalt an und gehen bis hin zur Berichterstattung von bestimmten Themen. Die sozialen Medien fungieren für ihn als ein Medium, das Ähnlichkeiten mit einem Musikmedium aufweist. Trotzdem ist er sich bewusst, dass das Berichterstatten natürlich nur ein Teilaspekt – laut ihm ein Schritt von Vielen – seiner ganzen Arbeit ist.

5.6.3 Kategorienbildung

Um den Vorgang der Kategorienbildung zu erleichtern, wurde zur Hilfe die Software MAXQDA herangezogen. Bei einer QDA-Software handelt es sich um ein Programm, das zur computergestützten Analyse von qualitativen Daten benutzt wird. (vgl. Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 196)

Die ersten Hauptkategorien wurden deduktiv aus den Forschungsfragen sowie aus dem Interviewleitfaden hergeleitet. Somit ergaben sich für die Frage „Wie definieren Musiker:innen ihre eigene Rolle im Feld des Musikjournalismus?“ und aus dem Themenblock „Rollenverständnis“ des Interviewleitfadens folgende Codierungen:

Hauptkategorie: Rollenverständnis

Unterkategorie: Rollenselbstverständnis von Musiker:innen

- Künstler:in
- Entertainer:in
- Unabhängige Instanz in der Medienlandschaft
- Direkte:r Kommunikator:in

Codiert wurden alle Textstellen mit Aussagen über die Einschätzung der eigenen Rolle sowie wie Musiker:innen die Rolle von Journalist:innen definieren.

Für die nächste Frage „Inwiefern sehen Musiker:innen ihre publizierten Inhalte als journalistisch an?“ konnte folgendes codiert werden:

Hauptkategorie: Veröffentlichungen von Musiker:innen

Unterkategorie: Journalistische Merkmale der Inhalte

- Bei informativen Themen
- Bei unterhaltsamen Themen
- Bei gesellschaftskritischen Themen
- Keine journalistischen Merkmale

Unterkategorie: Gesellschaftliche Relevanz der Inhalte

- Bei gesellschaftskritischen Themen
- Bei positiven Themen
- Abhängig von Rezipient:innen
- Nur im direkten Umfeld
- Keine Relevanz

Unterkategorie: Unterschiede zu musikjournalistischen Inhalten

- Weniger Verantwortung
- Länge der Präsentation
- Andere Fähigkeiten
- Direkte Rezipient:innen-Ansprache
- Mehr Entertainment/Weniger Information
- Social Media weniger journalistisch von Natur aus

Codiert wurden alle Textstellen, die sich auf die eigenen Veröffentlichungen von Musiker:innen beziehen sowie erkannte Unterschiede zu musikjournalistischen Inhalten.

Aus der dritten Forschungsfrage „Welche Gemeinsamkeiten erkennen Musiker:innen in ihrer Rolle im Vergleich zu Musikjournalist:innen?“ konnten diese Codierungen herausgebildet werden:

Hauptkategorie: Gemeinsamkeiten von Musiker:innen und Journalist:innen

- Berichterstattung und Themenwahl
- Streben nach Reichweite und Glaubwürdigkeit
- Schreiben als Kunstform
- Keine Gemeinsamkeiten

Codiert wurden alle Textstellen, die Gemeinsamkeiten von Musiker:innen und Journalist:innen erkennen lassen.

Aus dem ersten Themenblock des Interviewleitfadens, welcher „Beruflicher Hintergrund“ genannt wurde, ergab sich auch die gleichnamige Hauptkategorie:

Hauptkategorie: Beruflicher Hintergrund

- Jobbeschreibung
- Hauptberuf
- Nebenberuf
- Jahre des Musikmachens

Codiert wurden alle Textstellen mit Aussagen über den beruflichen Hintergrund.

Der darauffolgende Abschnitt des Interviews beschäftigte sich mit der Arbeitsweise und den Motiven der Musiker:innen. Deshalb wurde auch hier erneut die Kategorie mit dem gleichen Begriff codiert:

Hauptkategorie: Arbeitsweise & Motive

- Sicherstellung von Richtigkeit
- Verantwortungsbewusstsein
- Authentizität
- Einhaltung von Richtlinien

Unterkategorie: Ethische Überlegungen

- Orientierung an ethischen Grundsätzen
- Eingebauter ethischer Kompass
- Keine ethischen Überlegungen

Nachdem diese ersten Hauptkategorien mit den passenden Unterkategorien codiert wurden, erfolgte ein erneuter Codierungsdurchgang. Hier wurde sich am vorhandenen Datenmaterial orientiert, um weitere Kategorien zu bilden. Das komplette Kategorienschema kann im Anhang, im Kapitel 10., eingesehen werden.

6. Ergebnisse & Diskussion

Auch wenn jedes einzelne Interview für sich spannende Details enthält und es verdient hätte, dass jede Kleinigkeit mit allen dazugehörigen Nuancen beleuchtet wird, muss in dieser Arbeit darauf verzichtet werden. Der Fokus liegt im folgenden Kapitel auf der Präsentation der zentralen Ergebnisse. Dafür werden die Erkenntnisse der wichtigsten Kategorien herangezogen, um diese dann anschließend zu interpretieren und in Zusammenhang mit der zuvor dargelegten Literatur zu bringen.

Insgesamt wurden sieben qualitative Leitfadeninterviews mit Männern im Alter zwischen 33 und 53 Jahren durchgeführt. Der Altersdurchschnitt der befragten Musiker beträgt 44 Jahre. Zwei der sieben Interviews wurden auf Deutsch geführt, die restlichen Befragungen fanden in englischer Sprache statt. Hierbei ist anzumerken, dass für die Übersetzung der englischen Interviews stellenweise KI (Künstliche Intelligenz) zur Unterstützung eingesetzt wurde. Die Mehrheit der Teilnehmer zählen das Musizieren zu ihrem Hauptberuf, nur zwei üben dies zusätzlich als Nebenberuf aus.

6.1 Definition Musikjournalismus

Um mögliche Widersprüche zur eigenen Einschätzung später ausarbeiten zu können, wurden die Musiker zunächst danach befragt, was Musikjournalismus für sie bedeutet, und ab wann sie einen (fremden) Inhalt als journalistisch einstufen. Für die meisten bedeutet Musikjournalismus, dass objektiv über ein Thema berichtet wird während Musikjournalist:innen dabei eine kurative Rolle einnehmen. Sie sind der Meinung, dass es darum geht neue Musik, Themen oder Informationen zu entdecken und diese dem Publikum dann zu präsentieren. So sagt Samuel zum Beispiel: *„Musikjournalismus nimmt für mich eine kurative Rolle ein, indem einfach über die Bands berichtet wird, die selektiert werden und der Leser quasi eine Selektion vorfindet.“* und auch Linton schließt sich daran an *„So music journalism for me is to gain knowledge and also [...] open up my music taste and [...] to get it more diverse“*.

Nur eine Person, Sami, sticht mit seiner gegensätzlichen Meinung heraus und ist überzeugt, dass es Musikjournalismus gar nicht mehr gibt.

“[...] Aber da habe ich dann irgendwann gemerkt, dass das eigentlich nichts anderes ist, außer immer wieder die gleichen Phrasen von immer wieder anderen Leuten, die aber eigentlich viel genauso aussehen, zu wiederholen und so zu verpacken, dass es vielleicht jemand lesen möchte. Und, also das ist eigentlich nur viel schlimmer geworden, dass der meiste, was ich als Musikjournalismus wahrnehme, nur noch abschreiben von Promozetteln ist, oder Promo Emails. [...] Das ist einfach nur eine Aneinanderreihung von Fakten oder ein Interview mit irgendeinem Sänger, der dasselbe sagt, was alle anderen seit 30 Jahren auch immer sagen [...] Ich glaube, dass Musikjournalismus nicht mehr existiert.“

Diese Meinung deckt sich auch mit seiner Einschätzung zu journalistischen Inhalten. Er stuft etwas nur dann als journalistisch ein, wenn neue Informationen präsentiert werden, die für Leser:innen durch einfaches Googeln nicht so schnell zugänglich sind. Aber auch eine Vielzahl der anderen Interviewteilnehmer waren sich einig, dass sich journalistische Inhalte durch die Präsentation neuer Informationen auszeichnen. Desweiteren hat die Befragung ergeben, dass die Musiker, genauso wie Porombka (2012), etwas als journalistisch anerkennen, wenn persönliche Meinungen und Interpretationen darin mit einfließen. Wichtig sei es jedoch, dass diese subjektiven Ansichten trotzdem mit unterstützenden Argumenten und Quellen belegt werden können.

“[...] in a world where everyone has a platform, everyone has a podium, everyone has a mouthpiece, like what's the difference between like, journalism and someone just writing a bunch of rants [...]. A journalist is someone who does their research, someone who has references [...] they're able to make it a point in a statement and have supporting arguments [...].” (Zach)

Diese Ansicht deckt sich eindeutig mit der, die in der Literatur herrscht. So erkennt Lüddemann (2015, S. 19-24), dass Journalist:innen in der Kultur eine vielfältige Rolle einnehmen, bei welcher kulturjournalistische Inhalte sich nicht nur durch die klassische Darstellung von Informationen auszeichnen, sondern eben auch eigene Meinungen und Interpretationen enthalten sind.

6.2 Arbeitsweise & Motive

In dieser Kategorie wurden die Musiker, wie nach Wyss & Keel (2010), auf der Mikroebene zu ihrer Arbeitsweise und möglichen Motiven hinter der Art und Weise wie sie arbeiten, befragt. Am häufigsten wurde bestätigt, dass die befragten Personen darauf achten, wahrheitsgetreue Informationen zu veröffentlichen und sie versuchen, durch Fact-Checking und Recherche verschiedener Quellen dies sicherzustellen. Für einzelne Musiker ist dieser Punkt so wichtig, dass sie nur dann Informationen veröffentlichen, wenn sie sich absolut sicher sein können, dass diese korrekt und glaubwürdig sind.

“It is important to me that [...] if I'm presenting something as objective, then I got to make sure that I am looking things up, reading multiple sources before making some kind of absolute statement and and being willing to be be like, hey, oops, I actually messed up, I apologize. [...]. So if it's if I'm presenting something as fact, then I'm going to do the best I can to find as many like actual publications, actual like resources and sources that I can, cite so I can actually have some support.” (Zach)

Ein klares Bild zeichnet sich unter den Teilnehmer auch bei ihrem Verantwortungsbewusstsein ab. Es konnte festgestellt werden, dass sich fast alle verantwortlich für ihre Publikationen und deren potentiellen Einfluss auf Fans und Follower fühlen.

“I'm pretty careful about what I post. So, you know, I don't generally post a lot of opinion based things or anything like that because I do feel that what you put out in the world is something that you are responsible for all the way.” (Jamie)

Dieses Ergebnis steht auch nah in Verbindung mit der Tatsache, dass die Mehrzahl der Musiker ethische Überlegungen vor ihren Veröffentlichungen anstellt. So spielt entweder die Orientierung an ethischen Grundsätzen oder, wie einige der Befragten es nennen, ein eingebauter ethischer Kompass, oftmals eine Rolle. Nach Singer (2015) können diese Merkmale klar der Kategorie der journalistischen boundary marker zugeordnet werden, die dazu dienen, dass die publizierten Inhalte und die dazugehörigen Akteur:innen durch das

Publikum als verlässliche Quelle von objektiven und aktuellen Informationen angesehen werden. Daraus lässt sich schließen, dass sich auch Musiker:innen an bestimmten journalistischen Prinzipien orientieren, da sie genauso wie Journalist:innen ein bestimmtes Bild vor den Rezipient:innen aufrechterhalten wollen. Nur eine Person sagt aus, dass ethische Überlegungen eher unwichtig sind. Dafür hingegen sind gesetzliche Rahmenbedingungen und die Einhaltung von Richtlinien der Plattformen von größerer Bedeutung. Dieser Ansicht stimmt zum Beispiel der Musiker Zach auch zu und betont, dass es wichtig sei, die Limitationen der Algorithmen in Betracht zu ziehen.

6.3 Veröffentlichungen von Musiker:innen

Neben der eigenen Rolleneinschätzung wurden die Teilnehmer auch zu ihren Publikationen befragt. Die Kategorie „Veröffentlichungen von Musiker:innen“ ist die größte aller Kategorien und teilt sich in mehrere Subkategorien auf. Somit wurde nicht nur nach der Einschätzung von potenziell enthaltenden journalistischen Merkmalen in den eigenen Inhalten gefragt, sondern auch danach, welchen Einfluss das Feedback von Fans und Followern auf die Veröffentlichungen hat, ob sie der Meinung sind, dass ihre Inhalte eine gesellschaftliche Relevanz besitzen und zum Schluss auch noch, welche Unterschiede sie zu musikjournalistischen Inhalten erkennen.

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass das Feedback von Fans und Followern auf die Publikationen, vor allem wenn diese künstlerischer Natur sind, von Musikern kaum Einfluss hat. Den einzigen Aspekt, den ein Großteil der Befragten genannt haben, sind positive Rückmeldungen auf Social Media-Postings. Die Teilnehmer waren sich fast alle einig, dass erfolgreiche Postings, die gut ankommen, wiederholt, und weniger beliebte Postings für die Zukunft überdacht werden. So sagt Linton zum Beispiel *“[...] If I make one post and I see that's like very low feedback, and of course, then I won't do a post like that. [...] Maybe I'll try to find a different approach. And then if I say that a post is very successful, maybe, copy that in the future posts.”* und auch Eric schließt sich diesem Ansatz an *“ [...] Repeat what works, and edit what does not.”*

Auch in Bezug auf die gesellschaftliche Relevanz der eigenen veröffentlichten Inhalte sind sich die Musiker weitgehend einig. Die gesellschaftliche Relevanz ergibt sich aus dem Interesse der Rezipient:innen. Das bedeutet, dass Inhalte dann relevant sind, wenn die Menschen sie für sich

selbst als relevant einstufen. Dieses Ergebnis lässt sich gut mit der Aussage von Elliott unterstreichen:

“I think, the relevancy [...] in the content or the art that I make is not created by me, [...] but the reason I creat it, is because it is relevant. [...] And so when I create something, it's because of what was previously created [...].”

Auch Musiker Eric unterstützt diese Ansicht und fügt noch hinzu, dass er die gesellschaftliche Relevanz als inhärent von jeglichen Veröffentlichungen sieht, da diese Teil einer sozialen Struktur sind.

“[...] because it also it fits into the social landscape, you know. As well as some of it is [...] more directly, speaking to social issues. But even when it's light fare, it's still in the social, [...] the world of social activity, even if it's not deeply meaningful.”

Dieses Zuschreibung der Relevanz durch das Interesse der Rezipient:innen lässt sich auch mit der Behandlung von gesellschaftskritischen Themen in den Publikationen der Musiker verbinden. Die Aussage, dass ein Inhalt dann eine Relevanz aufweist, wenn gesellschaftliche Probleme aufgegriffen werden, zeigte sich im Laufe der Interviews öfter. So lässt sich nach La Roche et al. (2013, S. 13) erkennen, dass Veröffentlichungen, die einen gesellschaftlichen Informationswert aufweisen, als journalistisch angesehen werden können. Diese Erkenntnis kann gut in Verbindung mit dem nächsten Ergebnis gebracht werden.

Bei der Frage, ob die eigenen Veröffentlichungen der Musiker journalistische Merkmale besitzen, waren die Antworten überwiegend einstimmig. Sechs der sieben befragten Personen erkennen Elemente aus dem Journalismus in ihren Publikationen wieder. Die Begründungen dafür sind unterschiedlich. Überwiegend wurde das Enthalten von neuen Informationen und die Darstellung von Geschehnissen als Grund genannt. Weitere Aspekte sind die Auswahl der Themen, die dazugehörige Recherche und eine unterhaltsame Präsentation. Diese Beschreibungen decken sich mit denen von Franzen (2022, S. 114-155) bezüglich kulturjournalistischer Formate. Nur eine Person stuft die eigenen Veröffentlichungen nicht als journalistisch ein. So sagt Elliott *“[...] it's either rudimentary or simple observations. Or simply advertisements”*.

Auch wenn die Mehrheit der befragten Musiker journalistische Merkmale in den eigenen Publikationen erkennt, sind ihnen deutliche Unterschiede zu musikjournalistischen Inhalten bewusst. So betont Linton, dass Journalist:innen eine viel größere Verantwortung haben, welche sich auf ihre Inhalte auswirken könnte. Er glaubt, dass Journalist:innen nicht immer das schreiben können, was sie gerne möchten. Er hingegen besitzt viel mehr Freiheit und muss bevor er etwas publiziert nicht wirklich darüber nachdenken. Zach sieht das ähnlich und erkennt, dass er bei seinen Publikationen über poetische Freiheit verfügt. Ein weiterer Unterschied, der genannt wurde, war das Format der Präsentation. Zum einen ist Eric der Meinung, dass seine Social Media-Inhalte als Musiker von Natur aus weniger journalistisch sind und zum anderen erklärt Sami, dass er seine veröffentlichten Themen viel kürzer darstellt als Journalist:innen. Dies spielt laut Franzen (2022, S. 114-115) für die Einstufung von kulturjournalistischen Publikationen allerdings keine Rolle. Der Autor vertritt die Ansicht, dass sich Feuilleton weder auf ein spezifisches Thema noch auf einen festen Veröffentlichungsort eingrenzen lässt. Daher spielt es aus dieser Perspektive eigentlich keine Rolle, wo Musiker:innen ihre (journalistischen) Inhalte veröffentlichen, und wie lang oder kurz diese dargestellt werden. Kolb (2022, S. 330) sieht das genauso. Im klassischen Journalismus werden Darstellungsformen strikt getrennt, im Musikjournalismus hingegen finden unterschiedliche Formen zusammen. Auch kann dieses Handeln der Gatekeeping Theorie zugeschrieben werden. Laut Engelmann (2016, S. 12-15) treffen die sogenannten Gatekeeper eine Auswahl, welche Informationen wie veröffentlicht werden. So kann man sagen, dass die Beitragsgestaltung auf Social Media zum qualitativen Gatekeeping gehört, während Sami zum Beispiel wie beim quantitativen Gatekeeping darüber entscheidet, wie umfangreich er über etwas berichtet.

6.4 Rollenverständnis

Die Hauptkategorie „Rollenverständnis“ beschäftigt sich zuerst damit, wie Musiker:innen Journalist:innen und deren Rolle definieren. Außerdem umfasst die Kategorie noch die Frage nach dem eigenen Rollenverständnis der befragten Musiker im Kontext der Medienlandschaft. Das Ziel hierbei war es, potenzielle boundary markers herauszuarbeiten, um diese dann mit der eigenen Rolleneinschätzung vergleichen zu können.

Im Laufe der Befragungen sind unterschiedliche Begriffsdefinitionen für die journalistische Rolle gefallen. Diese sind sinngemäß *Spiegel*, *Filter*, *Mentor:in*, *Themenentdecker:in*,

Sinnentdecker:in und Dokumentarist:in. Auch wenn sich verschiedene Begrifflichkeiten herausarbeiten haben lassen, zeigen die Aussagen der Musiker, dass sie im Endeffekt alle eine ähnliche Bedeutung haben. Die befragten Personen definieren Journalist:innen als Personen, die wie ein Spiegel über ausgewählte Dinge und Geschehnisse aus der aktuellen Zeit berichten, quasi wie eine Art Filter. Basierend auf Engelmann (2016, S. 12-15) erkennen Musiker:innen also die klassische Gatekeeper-Rolle wieder. So sagt Linton:

„[...] then he makes his choices from there. But of course, he is the one getting this access and becoming the filter of what he presents out to me, among others.“

und auch Samuel sieht das ähnlich *“Die Rolle eines Journalisten ist quasi ein Spiegel, wenn man es so will. Natürlich ein kanalisierter Spiegel, aber der bildet einfach ab, was er sieht.“*, genauso wie Zach *„You're a documentarian of the world, you're a documentarian of the human experience.“* Diese Definition deckt sich auch mit der von Lange (2018, S. 169), bei welcher der Autor Musikjournalist:innen als eine Art Selektierer erkennt.

Dabei dokumentieren Journalist:innen laut den befragten Personen nicht nur idealerweise objektiv und wahrheitsgemäß, was in der Welt passiert, sondern bereiten die entdeckten Themen auf eine informative und unterhaltsame Art und Weise auf und erzählen dem Publikum eine Geschichte.

„[...] irgendeines Themas, das er für er oder sie für interessant und erzählenswert hält und dann daraus eine, eine sowohl informative als auch vielleicht irgendwie unterhaltende Story draus zu machen. Die vielleicht dem [...] Zuschauer etwas gibt, was er oder sie vorher noch nicht wusste oder erlebt hatte.“ (Sami)

Die journalistische Rolle ist für die Musiker somit ganz klar neben unterhaltsamen Aspekten von klassischen Merkmalen des Journalismus wie Berichterstattung, Objektivität oder Wahrheit geprägt.

Ihre eigene Rolle im Kontext der musikjournalistischen Medienlandschaft stufen sie hingegen ganz anders ein. Obwohl die Antworten mit ihren Begrifflichkeiten leicht voneinander abweichen, sind sich fast alle einig, dass sie sich selbst entweder als Künstler oder Entertainer sehen. So sieht Jamie zum Beispiel seine Rolle als Entertainer darin, so viele Menschen wie möglich

zu unterhalten. Auch Linton fühlt sich verpflichtet, seine Inhalte als unterhaltsam darzustellen. Dennoch sieht er sich eindeutig als Musiker, genauso wie Eric. Zach, Elliott und Sami hingegen sehen sich selbst als eine Art unabhängige Instanz in der Medienlandschaft. Das heißt für sie, sie nehmen mehrere Rollen gleichzeitig ein. Sami beschreibt es wie folgt:

„Ich sehe da keine eigene, ich sehe das nicht im Kontext der Medienlandschaft. [...] und habe einfach bewusst angefangen [...] quasi meine eigene Sendestation zu sein und dafür zu sorgen, dass alles, was ich machen will, was ich an Info rausgeben will [...] produziere ich das halt selbst. [...] Also sonst würde ich halt sagen, existiere ich gar nicht in irgendeiner Medienlandschaft. [...] weil ich bin ja nicht nur Musiker, ich bin ja auch mein Label und mein Promo-Team.“

Dieses Ergebnis kann in Zusammenhang mit der Ansicht von Kolb (2022, S. 330) gebracht werden. Hierbei wurden Musikjournalist:innen als sogenannte Medien-Allrounder beschrieben. Auch ein Teil der befragten Teilnehmer sehen sich als Allrounder. Dabei fungieren sie nicht nur als Musiker, sie übernehmen auch die Aufgabe, ihr Publikum zu unterhalten und bei der Informationsvermittlung in direkten Kontakt mit diesem zu treten. Dieser Aspekt deutet stark auf eine Verschmelzung der Rollen dar. Auch das Handeln als eigene, unabhängige Instanz deckt sich auch mit den Ansichten von Choe (2024). In dem Artikel wird beschrieben, wie Künstler:innen durch die eigene Kontrolle der Publikationen dem traditionellen Musikjournalismus immer mehr Verantwortung abnehmen. Dadurch verlieren die traditionell-journalistischen Rollen in der Musiklandschaft immer mehr an Bedeutung.

6.5 Gemeinsamkeiten von Musiker:innen und Journalist:innen

Wie im Abschnitt zuvor beschrieben, zeigen die Ergebnisse deutlich, dass obwohl die befragten Musiker Unterschiede zu musikjournalistischen Inhalten erkennen, sie ihre eigenen Publikationen dennoch als journalistisch ansehen, sofern diese sich bestimmter Kriterien bedienen. Auch wurde bereits geklärt, wie Musiker die Rolle von Journalist:innen definieren und eine Übersicht über ihr eigenes Rollenselbstverständnis im Feld des Musikjournalismus gegeben. Deshalb war es abschließend ein spannender Aspekt, herauszufinden, welche Gemeinsamkeiten die Musiker in ihrer Rolle im Vergleich zu Musikjournalist:innen sehen, da es laut Eldridge (2019) oftmals viel wichtiger sei, sich auf die Ähnlichkeiten unterschiedlicher

Rollen zu fokussieren, wenn es darum geht, Akteur:innen aus verschiedenen Bereichen gegenüber zu stellen.

Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass auch hier die Mehrheit der Teilnehmer Parallelen zu der Rolle von Journalist:innen ziehen können. Die größte Ähnlichkeit erkennen die Musiker darin, dass sie, genauso wie Journalist:innen, über bestimmte Themen, Situationen, Erlebnisse oder gar andere Personen berichten – sowohl in ihren Songtexten, als auch in den sozialen Medien – und ihren Rezipient:innen dabei helfen mache Dinge besser zu verstehen. Dieses Ergebnis deckt sich auch mit dem Ansatz von Domingo & Le Cam (2015), der davon ausgeht, dass Journalismus eine soziale Praxis ist, die sich rein auf die Aktivitäten für die Veröffentlichung von Informationen bezieht, ohne darauf zu achten, ob die Personen einen journalistischen Beruf ausüben oder nicht.

“[...] I would say that every musician, in some respect, should kind of see themselves in parallel with it, with a journalist, because [...] you are reporting on what you're seeing. You're reporting on things that maybe people don't understand or [...] if you're are going to write a song and essentially reporting on a thought or an idea, you better be able to back it up.” (Zach)

Desweiteren sei das Schreiben als Kunstform eine Parallele, die sich Musiker:innen und Musikjournalist:innen in ihrer Rolle teilen. Der Ausdruck von Bedeutungen und Emotionen spielt beim Schreiben von Songtexten oft eine große Bedeutung. Wie Linton sagt, versucht er durch seinen künstlerischen Filter mit Menschen in Verbindung zu treten. Diese Aspekte erkennt er auch im Schreibprozess von Musikjournalist:innen wieder.

“ [...] I try to create stuff to connect with people in the you can say art or music or, you know, an artistic endeavour more like and you filter it through yourself in order to get a connection and try to get excitement of the crowd, but also to fulfil some kind of self. You have to have fun while you do it. [...] I think that's also how you write as a journalist, can be artistic, as many journalists can write very good. And they can describe music, you know, in a very interesting way.”

Nur eine Person, Jamie, erkennt keine Parallelen zwischen den Rollen von Musiker:innen und Musikjournalist:innen. Er ist der Meinung, dass Journalist:innen darauf abzielen, primär Geschehnisse zu dokumentieren, während er sich darauf fokussiert, seine Fans und Follower

zu unterhalten und in direktem Kontakt mit ihnen zu stehen. Stücheli-Herlach (2012) sind hier allerdings anderer Meinung und erkennen die Rolle von Kulturjournalist:innen als eine Mischung verschiedener Rollen an, bei welcher auch das Unterhalten, und nicht nur das Berichterstaten von Bedeutung ist. Auch wenn er nicht glaubt, dass die beiden Rollen die gleichen Absichten verfolgen, sieht er Unterhaltung und Journalismus als Symbiose, die notwendig ist, um zu funktionieren und stellt somit fest: *“I’m just the other side of the coin.”* Diese Erkenntnis wiederum deckt sich auch mit der von Carlson (2019), der erkennt, dass Nicht-Journalist:innen einen großen Teil der journalistischen Arbeit ausmachen.

7. Hypothesen

In diesem Abschnitt werden nun einige Hypothesen dargestellt, die sich aus den zuvor dargestellten Ergebnissen haben herausarbeiten lassen. Diese sollen als Anregung für weiterführende Forschungen und zur vertieften Auseinandersetzung mit dem Thema dienen.

- Wenn Musiker:innen etwas publizieren, dann fühlen sie sich meist verantwortlich für den Einfluss auf ihre Fans und Follower.
- Je mehr Musiker:innen sich an ethischen Normen orientieren, desto stärker ist ihr Verantwortungsbewusstsein bezüglich ihren Einflusses.
- Wenn Musiker:innen Feedback von Fans und Followern erhalten, dann hat dies wenig Einfluss auf zukünftige Veröffentlichungen.
- Je erfolgreicher Veröffentlichungen von Musiker:innen sind, desto wahrscheinlicher ist es, dass ähnliches wiederholt wird.
- Wenn Veröffentlichungen von Musiker:innen neue Informationen enthalten, dann sehen sie diese als journalistisch an.
- Wenn Veröffentlichungen von Musiker:innen die Darstellung von Geschehnissen enthalten, dann sehen sie diese als journalistisch an.
- Je mehr Musiker:innen vor Veröffentlichungen recherchieren, desto eher stufen sie ihre Inhalte als journalistisch ein.
- Obwohl Musiker:innen sich hauptsächlich als Künstler:innen einstufen, erkennen sie Parallelen zur Rolle von Journalist:innen.
- Je mehr journalistischer Merkmale sich Musiker:innen für ihre Publikationen bedienen, desto eher erkennen sie Parallelen zur Rolle von Journalist:innen.

8. Conclusio

In diesem Kapitel wird das Fazit dargestellt, um einen zusammenfassenden Überblick aller Ergebnisse zu ermöglichen. Anschließend folgt eine kritische Auseinandersetzung mit der Forschung und ihren Limitationen, bevor zum Schluss Vorschläge für zukünftige Studien gegeben werden.

8.1 Fazit

Die Zielsetzung dieser Arbeit war es, sich mit dem journalistischen Rollenselbstverständnis von Musiker:innen auseinanderzusetzen. Dabei wurde nicht nur nach ihrer eigenen Rollendefinition gefragt, sondern auch inwiefern die Musiker ihre veröffentlichten Inhalte als journalistisch ansehen und welche Gemeinsamkeiten sie im Vergleich zu Journalist:innen tatsächlich erkennen können.

Die Auswertung der durchgeführten Untersuchung hat ergeben, dass die befragten Teilnehmer sich alle als Musiker einschätzen und auch gerne als diese angesehen werden möchten. Einige erweitern jedoch ihre eigene Zuschreibung über die Rollendefinition von Musiker:innen hinaus und erkennen aufgrund der Vielfältigkeit ihrer Arbeit an, dass sie noch andere Rollen, zum Beispiel aus der Vermarktung, annehmen. Damit lässt sich auch die erste Forschungsfrage „*Wie definieren Musiker:innen ihre eigene Rolle im Feld des Musikjournalismus*“ deutlich beantworten.

Da ein großer Teil der Rolle, nicht nur von Journalist:innen, sondern auch Musiker:innen, die veröffentlichten Publikationen ausmachen, wurde folgende Forschungsfrage erarbeitet: „*Inwiefern sehen Musiker:innen ihre publizierten Inhalte als journalistisch an?*“. Die Ergebnisse zeigen, dass Musiker:innen im Allgemeinen einen Inhalt als journalistisch einstufen, wenn dort neue Informationen präsentiert werden. Persönliche Meinungen und Interpretationen können auch einen journalistischen Charakter aufweisen, allerdings nur, wenn diese mit passenden Quellen untermauert werden. Diese Merkmale erkennen die befragten Teilnehmer auch in ihren eigenen Publikationen wieder. So zeichnet sich ein klares Bild in der Untersuchung ab, bei welchem die Mehrzahl der Musiker journalistische Elemente in den eigenen Veröffentlichungen wiederfinden. Besonders lässt sich diese Einschätzung darauf zurückführen, dass die Musiker:innen oftmals neue Informationen mit ihrem Publikum teilen, wobei laut eigenen

Aussagen auf Recherche und passende Quellen geachtet wird. Auch die Darstellung von bestimmten Geschehnissen in ihren Veröffentlichungen stufen die Musiker als ein journalistisches Merkmal ein.

Bisher lässt sich zusammenfassend also erkennen, dass, obwohl die befragten Musiker sich als Musiker definieren, sie trotzdem Eigenschaften aus dem Journalismus in ihren Publikationen identifizieren und gleichzeitig auch Gemeinsamkeiten in ihrer Rolle im Vergleich zur Rolle von Musikjournalist:innen erkennen. Besonders in Bezug auf die Vermittlung von Informationen und die Darstellung von Geschehnissen erkennen sie eine Gemeinsamkeit. Auch die Tätigkeit des Schreibens wird als Übereinstimmung der zwei Rollen gesehen. Nur eine Minderheit der befragten Musiker distanzierte sich von dieser Sichtweise und konnte keine Gemeinsamkeiten in der eigenen Rolle und der von Journalist:innen wiedererkennen und zieht hier eine klare Linie. Damit lässt sich die abschließende Forschungsfrage *“Welche Gemeinsamkeiten erkennen Musiker:innen in ihrer Rolle im Vergleich zu Musikjournalist:innen?”* beantworten.

8.2 Limitationen & Kritik

So wie jede Forschungsarbeit stand auch diese vor einigen Herausforderungen. Die vorliegende Masterarbeit unterlag einer Begrenzung von persönlichen und zeitlichen Ressourcen, weshalb die Möglichkeiten des Ausmaßes der Forschung beschränkt waren. Besonders in Bezug auf die Auswahl des Samples und dessen Aussagekräftigkeit lassen sich deutliche Limitationen erkennen. Obwohl das Untersuchungssample breit angelegt wurde mit deutsch- und englischsprachigen Männern und Frauen im Alter von 18 bis 64 Jahren, ist die Zusammensetzung des tatsächlichen Samples eher eingeschränkt. Für die Untersuchung wurden Männer in einer Altersspanne von 33-53 Jahren befragt. Ein Grund dafür ist die Tatsache, dass die Anzahl der Männer im Musikbusiness immer noch überwiegt (Yosman, 2024) und die Rekrutierung der Interviewteilnehmer:innen durch die persönliche Nähe zum Forschungsfeld entstanden ist. Außerdem sind alle befragten Musiker in einem ähnlichen Musikgenre tätig, weshalb auch hier keine wirkliche Diversität gegeben ist.

Eine weitere wichtig zu erwähnende Limitation entstand während der Befragung der Musiker. Auch wenn der Interviewleitfaden eine gute Orientierung für den Ablauf der Gespräche war, konnte ein etwas detaillierteres Nachfragen in manchen Abschnitten nicht ausgeschlossen

werden. Deshalb kann davon ausgegangen werden, dass manche Nachfragen von den befragten Personen als Andeutungen angesehen und somit aufgrund der sozialen Erwünschtheit dementisprechend beantwortet wurden. Dieser Punkt ist besonders bei den Fragen nach der eigenen Arbeitsweise und den Motiven dahinter, wie zum Beispiel die Berücksichtigung von ethischen Grundsätzen, zu bedenken.

Des Weiteren muss beachtet werden, dass die qualitative Auswertung der Interviews nur durch die forschende Person vorgenommen wurde. Deshalb kann nicht ausgeschlossen werden, dass bei der Kategorisierung des Datenmaterials und der Analyse der Ergebnisse, anders als angegeben, nicht doch subjektive Interpretationen miteingeflossen und Fehler entstanden sind.

8.3 Ausblick

Durch die vorhandenen Einschränkungen dieser Arbeit zeigt sich deutlich, dass noch Potenzial besteht, die Forschung in verschiedene Richtungen auszuweiten. So wäre es zum einen interessant, ob eine Erhebung mit größeren Datenmengen und einem diverseren Sample zu anderen Ergebnissen käme. Es zeigt sich als sinnvoll, auch Frauen in die Befragung mit einzubeziehen und die Altersspanne vor allem nach unten hin zu vergrößern. Zum anderen bietet eine Analyse von höheren Fallbeispielen die Möglichkeit, die Erkenntnisse zu verallgemeinern, nachdem mit Hilfe der dargestellten Hypothesen auch auf quantitativer Ebene geforscht wird. Darüber hinaus sind alle Teilnehmer der Befragung, wie bereits im Abschnitt der Limitationen erwähnt, im gleichen oder einem ähnlichen Genre tätig. Somit wäre es für weitere Untersuchungen durchaus interessant, ob sich bei Befragungen in anderen Musikrichtungen neue, oder auch ähnliche, Ergebnisse erzielen lassen können. Weitere Untersuchungen könnten vor allem auch im Hinblick auf die Bekanntheit der einzelnen Musiker:innen durchgeführt werden. Obwohl es sich bei den befragten Teilnehmern um professionelle Musiker handelt, die langjährige Erfahrungen im Musikbusiness aufweisen – zu den entscheidenden Erfahrungen gehören unter anderem das regelmäßige Spielen von Konzerten auf der ganzen Welt und das Verdienen von Geld damit – übernehmen diese einen Großteil ihrer Arbeit noch selbst. Spannend wäre der Vergleich zu sehr großen Künstler:innen, die viele Schritte ihrer Arbeit an zum Beispiel Musik-Labels, Social Media-Manager und weitere Akteur:innen abgeben. Abschließend besteht die Möglichkeit, nicht nur das Rollenselbstbild der Musiker:innen zu untersuchen, sondern auch die Wahrnehmungen der Rezipient:innen in Betracht zu ziehen.

9. Literaturverzeichnis

- Alber, B. & Fohrwikl, P. (2022). Social Media im Musikjournalismus. In Overbeck, P. (Hrsg.), *Musikjournalismus: Radio - Fernsehen - Print – Online*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-32476-6>
- Bogner, A., Littig, B. & Menz, W. (2014). *Interviews mit Experten. Eine praxisorientierte Einführung*. Springer VS Wiesbaden.
- Brennan, M. (2006). *The rough guide to critics: Musicians discuss the role of the music press*. Popular Music, 25(2), 221-234. <https://doi.org/10.1017/S0261143006000870>
- Bruns, A. (2003). *Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news*. Media International Australia, 107(1), 31–44. <https://doi.org/10.1177/1329878x0310700106>
- Bruns, A. (2011). *Gatekeeping, gatewatching, real-time feedback: new challenges for Journalism*. Brazilian Journalism Research, 7(2), 117–136. <https://doi.org/10.25200/BJR.v7n2.2011.355>
- Bruns, A. (2022). Gatewatching and news curation. In Morrison, J. et al. (Hrsg.), *The Routledge Companion to Political Journalism* (1. Aufl., S. 252–261). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429284571-23>
- Carlson, M. (2019). Boundary Work. In *The International Encyclopedia of Journalism Studies* (S. 1–6). Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0035>
- Domingo, D. & Le Cam, F. (2015). Journalism beyond the boundaries. The collective construction of news narratives. In Carlson, M. & Lewis, S.C. (Hrsg.), *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation* (1. Aufl., S. 137-151). Oxford: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315727684>

Dovifat, E. (1976). Der kulturelle Teil und seine publizistische Wetung. – Das Feuilleton – Der Feuilletonismus. In Dovifat, E (Hrsg.), *Redaktion - Die Sparten; Verlag und Vertrieb, Wirtschaft und Technik - Sicherung der öffentlichen Aufgabe*. Walter de Gruyter GmbH.
<https://doi.org/10.1515/9783112321560>

Eldridge, S. A., II. (2019). *Where do we draw the line? Interlopers, (ant)agonists, and an unbounded journalistic field*. Media and Communication, 7(4), 8–18.
<https://doi.org/10.17645/mac.v7i4.2295>

Engelmann, I. (2016). Gatekeeping. In P. Rössler & H. B. Brosis (Hrsg.), *Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft* (1. Auflage, S. 11-22). Baden-Baden: Nomos.
<https://doi.org/10.5771/9783845263533>

Franzen, J. (2022). Echtzeitfeuilleton?: Kulturjournalismus nach der Digitalisierung. In Kreuzmair, E. et al. (Hrsg.), *Feeds, Tweets & Timelines - Schreibweisen der Gegenwart in Sozialen Medie*. (Vol. 3, S. 111–128). transcript Verlag.
<https://doi.org/10.1515/9783839463857-008>

Fürsich, E., & Avant-Mier, R. (2013). *Popular journalism and cultural change: The discourse of globalization in world music reviews*. International Journal of Cultural Studies, 16(2), 101–118. <https://doi.org/10.1177/1367877912452481>

Gebesmair, A. (2018). Musik. In Krone, J., Pellegrini, T. (Hrsg.), *Handbuch Medienökonomie. Springer Reference Sozialwissenschaften* (S. 1–21). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09632-8_41-2

Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J. & de Beer, A. (2019) *Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the Globe*, New York Chichester, West Sussex: Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/hani18642>

Hanitzsch, T., & Lauerer, C. (2019). Berufliches Rollenverständnis. In Wyss, V. (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Studies in International, Transnational and Global Communications* (S. 135–161). Springer Fachmedien Wiesbaden.
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-27910-3>

- Hufner, M. (2022). Musikjournalismus im Internet. In Overbeck, P. (Hrsg.), *Musikjournalismus. Radio – Fernsehen – Print – Online*. Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-32476-6_42
- Kaiser, R. (2021). Die Planung und Durchführung qualitativer Experteninterviews. In *Qualitative Experteninterviews. Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung* (2. Aufl., S. 63-103). Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-30255-9_3
- Kepplinger, H. M. (2011). *Journalismus als Beruf*. VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92915-6>
- Kolb, A. (2022). Bericht, Kommentar, Kritik. In Overbeck, P. (Hrsg.), *Musikjournalismus. Radio – Fernsehen – Print – Online* (S. 327-336). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-32476-6>
- Kristensen, N. N., & From, U. (2015). Cultural Journalism and Cultural Critique in a changing Media Landscape. *Journalism Practice*, 9(6), 760–772. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1051357>
- Krol, R. (2022). Interviews und Gespräche mit Musikern. In Overbeck, P. (Hrsg.), *Musikjournalismus. Radio – Fernsehen – Print – Online* (S. 137-150). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-32476-6>
- Kruse, J., Schmieder, C., Weber, C., Dresing, T., Pehl, T. (2015). *Qualitative Interviewforschung : ein integrativer Ansatz* (2., überarbeitete und ergänzte Auflage). Beltz Juventa.
- Kuckartz, U. (2014). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (2., durchgesehene Auflage). Beltz Juventa.
- Kuckartz, U. & Rädiker, S. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse : Methoden, Praxis, Computerunterstützung : Grundlagentexte Methoden* (5. Auflage). Beltz Verlagsgruppe Beltz Juventa.

- Lamnek, S. (2005). *Qualitative Sozialforschung* (4. Aufl.). Beltz Verlag Weinheim.
- Lange, B. (2018). Musikalische Produktion 2.0. In Schwetter, H., Neubauer, H. & Mathei, D. (Hrsg.), *Die Produktivität von Musikkulturen* (S. 167–184). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-19018-7_7
- La Roche, Hooffacker, G., & Meier, K. (2013). *Einführung in den praktischen Journalismus : Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege Deutschland · Österreich · Schweiz* (19., neu bearbeitete Aufl. 2013). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-01699-9>
- Lewis, S. C. (2012). THE TENSION BETWEEN PROFESSIONAL CONTROL AND OPEN PARTICIPATION: Journalism and its boundaries. *Information, Communication and Society*, 15(6), 836–866. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2012.674150>
- Löffelholz, M., Rothenberger, L. (2011). Felder der Journalismusforschung. In Jandura, O., Quandt, T., Vogelgesang, J. (Hrsg.), *Methoden der Journalismusforschung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-93131-9_2
- Lüddemann, S. (2015). *Kulturjournalismus : Medien, Themen, Praktiken* (1. Aufl. 2015.). Springer Fachmedien Wiesbaden : Imprint: Springer VS.
- Mandel, B. (2012) >Public Relations<. Kultur-PR, Kulturjournalismus und Web 2.0. In Lamprecht, W. (Hrsg.), *Weißbuch Kulturjournalismus* (S. 286-290). Erhard Löcker GesmbH
- Meuser, M. & Nagel, U. (1991). ExpertInneninterviews - vielfach erprobt, wenig bedacht: ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In D. Garz, & K. Kraimer (Hrsg.), *Qualitativ-empirische Sozialforschung : Konzepte, Methoden, Analysen* (S. 441-471). Opladen: Westdt. Verl.
- Meyen, M., Loeblich, M., Pfaff-Rudiger, S., & Riesmeyer, C. (2019). *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft: Eine praxisorientierte Einführung* (2. Aufl.). Springer VS.

- Misoch, S. (2019). *Qualitative Interviews* (2. Aufl.). Walter de Gruyter.
<https://doi.org/10.1515/9783110545982>
- Moehring, W. & Schlutz, D. (2019). *Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft: Eine praxisorientierte Einführung* (3. Aufl.). Springer VS.
<https://doi-org/10.1007/978-3-658-25865-8>
- Nagy, U. (2013). *Moderner Kulturjournalismus*. UVK Verlagsgesellschaft Konstanz und München
- Neuberger, & Kapern, P. (2013). *Grundlagen des Journalismus*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-94191-2>
- Overbeck, P. (Hrsg.). (2022). *Musikjournalismus: Radio - Fernsehen - Print - Online*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-32476-6>
- Porombka, S. (2012). Kulturjournalisten bei der Arbeit. In Lamprecht, W. (Hrsg.), *Weißbuch Kulturjournalismus* (S. 30-45). Erhard Löcker GesmbH
- Prinzing, M. & Brinkmann, Janis. (2022). *Journalismus. Eine praktische Einführung*. Baden-Baden: Nomos 2021. Publizistik, 67(1), 177–179. <https://doi.org/10.1007/s11616-021-00707-7>
- Przyborski, A. & Wohlrab-Sahr, M. (2014). *Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch* (4., erweiterte Auflage). Oldenbourg Verlag München
- Reumann, K. (2009). Journalistische Darstellungsformen. In Noelle-Neumann, E., Schulz, W., & Wilke, J. (Hrsg.), *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation* (S. 129-167). Fischer Taschenbuch Verlag.
- Reus, G., & Harden, L. (2005). *Politische »Kultur: Eine Längsschnittanalyse des Zeitungsfeuilletons von 1983 bis 2003*. 50(2), 153–172. <https://doi.org/10.1007/s11616-005-0124-6>

Reus, G. (2008). Musikjournalismus — Ergebnisse aus der wissenschaftlichen Forschung. In Weinacht, S., Scherer, H. (Hrsg.), *Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien* (S. 85–102). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi-org/10.1007/978-3-531-90859-5_6

Reus, G., & Muller-Lindenberg, R. (Hrsg.). (2016). *Die Notengeber: Gespräche mit Journalisten über die Zukunft der Musikkritik* (1. Aufl.). Springer VS.

Richter, M. (2022). Neue Formen des Produzierens in multimedialen Formaten. In Overbeck, P. (Hrsg.), *Musikjournalismus. Radio - Fernsehen - Print – Online* (S. 15-33). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-32476-6>

Scholl, A. (2016). Die Logik qualitativer Methoden in der Kommunikationswissenschaft. In Averbek-Lietz, S., Meyen, M. (Hrsg.), *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 17–32). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-01656-2_2

Scholl, A. (2018). *Die Befragung* (4., bearbeitete Aufl.). UVK Verlagsgesellschaft UVK/Lucius.

Schäfer-Hock, C. (2018). *Journalistische Darstellungsformen im Wandel. Eine Untersuchung deutscher Tageszeitungen von 1992 bis 2012*. Springer VS Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-20696-3>

Singer, J. (2015). Out of bounds. Professional norms as boundary markers. In Carlson, M., Lewis, S.C. (Hrsg.) *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. (S. 21-36). Oxford: Routledge.

Springer, N., Koschel, F., Fahr, A., & Pürer, H. (2015). *Empirische Methoden der Kommunikationswissenschaft*. UTB. <https://doi.org/10.36198/9783838543000>

Steigleder, S. (2008). *Die strukturierende qualitative Inhaltsanalyse im Praxistest: Eine konstruktiv kritische Studie zur Auswertungsmethodik von Phillip Mayring*. Tectum Verlag Marburg.

Tandoc, E. C., Jr. (2019). Journalism at the periphery. Media and Communication. *Peripheral Actors in Journalism: Agents of Change in Journalism Culture and Practice*, 7(4), 138–143.
<https://doi.org/10.17645/mac.v7i4.2626>

Unsold, K. (2022). Musikjournalismus und Musikvermittlung. In Overbeck, P. (Hrsg.), *Musikjournalismus. Radio - Fernsehen - Print – Online* (S. 71-83). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-32476-6>

Wehden, L.-O. (2023). *Journalistische Gatekeeper in den Sozialen Medien*. Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-40257-0_4

Weichbold, M. (2022). Pretests. In: Baur, N., Blasius, J. (Hrsg.) *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (443-451). Springer VS, Wiesbaden.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-37985-8_28

Wenninger, A. (2019). *Digitale Grenzkämpfe der Wissenschaft: Boundary-Work am Beispiel eines Blogportals* (1. Aufl.). Springer VS.

Wyss, V., & Keel, G. (2010). Journalismusforschung. In H. Bonfadelli, O. Jarren & G. Siebert (Hrsg.) *Einführung in die Publizistikwissenschaft* (S. 337–378). utb GmbH.
<https://doi.org/10.36198/9783838521701>

9.1 Internetquellen

Blewett, K., & Marcum, K. (o. J.). *Evolution of music journalism – Lily crews*. Celebration of Student Writing 2023. <https://iu.pressbooks.pub/celeb2023/chapter/evolution-of-music-journalism-lily-crews/>. (Abgerufen am 08.10.2024)

Choe, A. (2024, 02. Mai). *Virtually Famous: Music Journalism in A Social Media World*. The Harvard Crimson. <https://www.thecrimson.com/column/songs-without-words/article/2024/5/2/andrew-choe-social-media-music/>. (Abgerufen am 08.10.2024)

Grimes. (2016, 09. Mai). *Canada loses an entire city due to wild fire – Yes you read that correctly*. [Tumblr-Post]. <https://actuallygrimes.tumblr.com/post/144090791429/canada-loses-an-entire-city-due-to-wild-fire>. (Abgerufen am 08.10.2024)

Manson, M. (2023, 15. Mai). *I've got something for you to hear*. [Instagram-Post]. https://www.instagram.com/p/CsRUu9XRd6v/?img_index=1. (Abgerufen am 08.10.2024)

Megahertz. (2023, 24. April). *Wir haben aufregende Neuigkeiten für euch - am 20.09.2023 startet unsere große Europa-Tour die uns gemeinsam mit den Männern von Combichrist...* [Instagram-Post]. https://www.instagram.com/p/Cral_HmKZ_8/. (Abgerufen am 08.10.2024)

Pretests. (o. J.). *Pretests*. Empirical Methods. Ressourcen für empirische Methoden. <https://www.empirical-methods.hslu.ch/forschungsprozess/quantitative-forschung/pretests/>. (Abgerufen am 08.10.2024)

Yossman, K. J. (2024, 29. Januar). *Music Industry Still a 'Boys' Club' While Female Artists Face Misogyny, Harassment and Abuse, Finds U.K. Inquiry*. Variety. <https://variety.com/2024/music/global/music-industry-boys-club-uk-report-1235890563/>. (Abgerufen am 08.10.2024)

9.2 Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Funktionen des Journalismus (Ruß-Mohl, 2003, zitiert nach Nagy, 2013, S. 99)	5
Abb. 2: Rollen und Berufsverständnisse von Journalisten (Mast, 2018, S. 482)	17
Abb. 3: Aktualität als journalistische Leitgröße (Mast, 2018, S. 73)	20
Abb. 4: Bildung und Kultur im Rollenverständnis (Hanitzsch & Lauerer, 2019, S. 152)	25
Abb. 5: Alltagsbewältigung, Unterhaltung und Publikumsorientierung im Rollenverständnis (ebd., 2019, S. 155)	25
Abb. 6: Der Ablauf einer inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 132)	38

10. Anhang

10.1 Interviewleitfaden Deutsch

Anmerkungen zur Formatierung

Kursiv: Elemente der Moderationen. Der Wortlaut kann je nach den Bedürfnissen angepasst werden.

Fett: Alle Hauptfragen, die gestellt werden müssen. Wortlaut wird kaum bis gar nicht verändert.

Vor dem Interview

Ich möchte mich zunächst herzlich bedanken, dass du dir die Zeit genommen hast, um an diesem Interview teilzunehmen. Dieses Gespräch erfolgt im Rahmen meiner Masterarbeit, die sich mit dem Thema „Boundary Work im Musikjournalismus“ auseinandersetzt. Deine Erfahrungen sind für die Untersuchung von großer Bedeutung, und ich schätze die Bereitschaft, deine Perspektiven mit mir zu teilen, sehr.

Alle Angaben, die du im Laufe des Interviews machen, werden später in der Auswertung anonymisiert. Deine Identität wird streng vertraulich behandelt und die Daten werden ausschließlich für die Zwecke dieser wissenschaftlichen Untersuchung verwendet.

Um die Genauigkeit des Transkripts und die Qualität der Auswertung sicherzustellen, möchte ich das Gespräch gerne aufzeichnen. Ist das in Ordnung für dich? Wenn du keine weiteren Fragen mehr hast, dann beginne ich jetzt mit der ersten Frage.

Einstieg

Zu Beginn ein paar allgemeine Fragen zu deiner Person:

- **Wie alt bist du?**
- **Dein Geschlecht?**
- **Was ist dein höchster Abschluss?**

Beruflicher Hintergrund

Nun würde ich gerne etwas mehr über dein Berufsleben erfahren.

- **Wie lange bist du schon im Musikbusiness?**
 - **Ist die Musik deine Haupt- oder Nebentätigkeit?**
→ Falls Nebentätigkeit, was ist dein Hauptberuf?
 - **Wie würdest du deinen Job als Musiker:in beschreiben?**
 - **Benutzt du irgendwelche Plattformen in den sozialen Medien? Wenn ja, welche?**
Wenn nein, wieso nicht?
 - **Wozu nutzt du diese Plattformen?**
 - **Würdest du das Internet bzw. soziale Plattformen als wichtigen Teil deines Jobs sehen? Wenn ja, wieso? Wenn nein, wieso nicht?**
→ Wenn ja, welche Ziele verfolgst du mit deinen Online-Plattformen?
-

Arbeitsweise & Motive

Jetzt möchte ich gerne mehr über deine Arbeitsweise wissen.

- **Worauf legst du bei deiner Arbeitsweise für deine Social Media Kanäle besonderen Wert?** -> Falls folgende Punkte nicht genannt, speziell danach fragen: Legst du Wert auf gute Recherche, abwechslungsreiche Themen, guter Kontakt mit deinen Fans/Community?
 - **Wenn du Feedback erhältst von deinen Fans/Followern, inwiefern beeinflusst dieses deine zukünftigen Beiträge und Meinungen?**
 - **Unterscheidest du zwischen privater/persönlicher Meinung und dessen, was du öffentlich preis gibst oder spiegeln all deine Veröffentlichungen deine privaten Gedanken wieder?**
 - **Inwiefern glaubst du, dass deine Veröffentlichungen einen Einfluss auf deine Follower/Fans haben?**
 - **Fühlst du dich verantwortlich für die Inhalte, die du veröffentlichst und deren potenziellen Einfluss auf deine Follower/Fans?**
 - **Stellst du ethische Überlegungen an, bevor du etwas veröffentlichst?**
 - **Wie entscheidest du über welche Themen du öffentlich deine Meinung teilst?**
-

Rollenverständnis

- **Was ist für dich Musikjournalismus?**
- **Wie definierst du die Rolle eines Journalisten?**
- **Ab wann stuft du einen publizierten Inhalt als journalistisch ein?**
- **Wie siehst du deine eigene Rolle als Musiker:in im Kontext der Medienlandschaft?**
- **Bist du der Meinung, deine publizierten Inhalte, egal ob Musik oder Postings auf Plattformen, haben eine gesellschaftliche Relevanz? Wenn ja, in welchem Ausmaß? Wenn nein, wieso nicht?**
- **Bist du der Meinung, dass deine Tätigkeiten in der Musik und in den sozialen Medien journalistische Merkmale aufweist? Wenn ja, welche? Wenn nein, wieso nicht?**
- **Siehst du Unterschiede zwischen dem klassischen Musikjournalismus und der Art und Weise, wie du Informationen präsentierst? Wenn ja, welche? Wenn nein, was glaubst du ist gleich?**
- **Welche Vor- und Nachteile siehst du in deiner Rolle im Vergleich zur Rolle der Journalist:innen?**
- **Ist dir wichtig, dass deine veröffentlichten Infos korrekt und glaubwürdig sind? Wenn ja, wie stellst du sicher, dass das der Fall ist?**
- **Welche Pläne und Ziele hast du für die Zukunft in Bezug auf deine Aktivitäten in den sozialen Medien und deinen Einfluss auf die Öffentlichkeit?**
- **Siehst du in deiner Rolle parallelen zu Journalist:innen? Wenn ja, welche? Wenn nein, wieso nicht? Wenn nein, worin unterscheidet ihr euch in der Rolle?**

So, das war's nun. Vielen lieben Dank für deine Teilnahme.

10.2 Interviewleitfaden Englisch

Before the Interview

First of all, I would like to thank you for taking the time to participate in this interview. It is part of my master's thesis, which deals with the topic of "Boundary Work in Music Journalism." Your experiences are of great importance to this study, and I greatly appreciate your willingness to share your perspectives with me.

All information you provide during the interview will be anonymized in the evaluation. Your identity will be treated with strict privacy, and the data will be used exclusively for the purposes of this scientific study.

To ensure the accuracy of the transcript and the quality of the evaluation, I would like to record the conversation. Is that okay with you? If you have no further questions, I will now start with the first question.

Introduction

To begin, I have a few general questions:

- **How old are you?**
 - **What is your gender?**
 - **What is your highest level of education?**
-

Professional Background

Now I would like to learn more about your professional life.

- **How long have you been in the music business?**
 - **Is music your main occupation or a side activity?**
→ **If it is a side activity, what is your main profession?**
 - **How would you describe your job as a musician?**
 - **Do you use any social media platforms? If yes, which ones? If no, why not?**
 - **What do you use these platforms for?**
 - **Would you consider the internet or social media platforms an important part of your job? If yes, why? If no, why not?**
→ **If yes, what goals do you pursue with your online platforms?**
-

Work Methods & Motives

Now I would like to learn more about the way you work

- **What do you particularly value in your activities for your social media channels?**
→ *Depending on the answer, ask further: Do you value good research, diverse topics, good contact with your fans/community?*
- **When you receive feedback from your fans/followers, how does the feedback influence your future posts and opinions?**
- **Do you make a difference between your private/personal opinion and what you share publicly, or do all your publications reflect your private thoughts?**
- **To what extent do you believe your publications have an impact on your followers/fans?**
- **Do you feel responsible for the content you publish and its potential influence on your followers/fans?**

→ *Ask further about in what way if no real explanation*
- **Do you consider ethical aspects before publishing something?**
- **How do you decide which topics you share your opinion on publicly?**

Understanding of Roles

- **What does music journalism mean to you?**
- **How do you define the role of a journalist?**
- **At what point do you consider published content to be journalistic?**
- **How do you see your own role as a musician in the context of the media landscape?**
- **Do you believe your published content, whether music or postings on platforms, has social relevance? If yes, to what extent? If no, why not?**
- **Do you think your activities in music and social media exhibit journalistic features? If yes, which ones? If no, why not?**
- **Do you see differences between traditional music journalism and the way you present information? If yes, which ones? If no, what do you consider to be the same?**

- What advantages and disadvantages do you see in your role compared to the role of journalists?
- Is it important to you that the information you publish is correct and credible? If yes, how do you ensure that this is the case?
- What plans and goals do you have for the future regarding your activities on social media?
- Do you see any parallels between your role and that of journalists? If yes, which ones? If no, how do your roles differ?

10.3 Daten der Interviews

Name:	Linton
Alter:	41
Geschlecht:	Männlich
Höchster Bildungsstand:	BA Visual Storytelling
Hauptberuf Musiker:	Ja
Datum:	25.07.2024
Uhrzeit:	18:53
Dauer:	29 Minuten
Wie:	Persönlich

Name:	Elliott
Alter:	43
Geschlecht:	Männlich
Höchster Bildungsstand:	Gesamtschule
Hauptberuf Musiker:	Nein
Datum:	02.08.2024
Uhrzeit:	17:00
Dauer:	19 Minuten
Wie:	Persönlich

Name:	Eric
Alter:	53
Geschlecht:	Männlich
Höchster Bildungsstand:	BA Computer Science
Hauptberuf Musiker:	Ja
Datum:	06.08.2024
Uhrzeit:	16:02
Dauer:	15 Minuten
Wie:	Persönlich

Name:	Jamie
Alter:	44
Geschlecht:	Männlich
Höchster Bildungsstand:	Gesamtschule
Hauptberuf Musiker:	Ja
Datum:	09.08.2024
Uhrzeit:	13:48
Dauer:	16 Minuten
Wie:	Persönlich

Name:	Zach
Alter:	44
Geschlecht:	Männlich
Höchster Bildungsstand:	Gesamtschule
Hauptberuf Musiker:	Nein
Datum:	15.08.2024
Uhrzeit:	23:09
Dauer:	45 Minuten
Wie:	Zoom

Name:	Sami
Alter:	48
Geschlecht:	Männlich
Höchster Bildungsstand:	Abitur
Hauptberuf Musiker:	Ja
Datum:	16.08.2024
Uhrzeit:	16:10
Dauer:	50 Minuten
Wie:	WhatsApp

Name:	Samuel
Alter:	33
Geschlecht:	Männlich
Höchster Bildungsstand:	Universitätsabschluss
Hauptberuf Musiker:	Ja
Datum:	01.09.2024
Uhrzeit:	19:00
Dauer:	17 Minuten
Wie:	Persönlich

10.4 Kategorieschema

Hauptkategorie	Subkategorie	Definition	Zitat
Beruflicher Hintergrund	• Jobbeschreibung • Nebenberuf • Hauptberuf • Jahre des Musikmachens	Codiert wurden alle Textstellen mit Aussagen über den beruflichen Hintergrund.	„Also im Musikbusiness als Profimusiker seit einigen Jahren, Musik mache ich seit ich 13 bin. Also seit 20 Jahren.“ „Mittlerweile meine Haupttätigkeit.“
Arbeitsweise & Motive	• Ethische Überlegungen ○ Orientierung an ethischen Grundsätzen ○ Eingebauter ethischer Kompass ○ Keine ethischen Überlegungen • Sicherstellung von Richtigkeit • Authentizität • Verantwortungsbewusstsein • Einhaltung von Richtlinien	Codiert wurden alle Textstellen, die die Arbeitsweise und zugehörige Motive darstellen.	“Also ich gehe jetzt nicht hin und überlege mir vor jedem Meme, was ich poste [...] was die Ethik dahinter ist.“ “[...] according to my own ethical compass, I do consider ethics [...]”
Social Media-Nutzung	• Plattformen ○ Soundcloud ○ Snapchat ○ Patreon ○ Twitter ○ YouTube ○ TikTok ○ Facebook ○ Instagram • Ziele der Online-Präsenz ○ Community ○ Entertainment ○ Merchandise Verkauf ○ Neuhörer Gewinnung ○ Werbung ○ Bekanntheit ○ Reichweite ○ Informationen ○ Ankündigungen	Codiert wurden alle Textstellen mit Aussagen über die Social Media-Nutzung.	“Hauptsächlich schon mit den Fans in Kontakt zu treten, das Feedback zu bekommen, aber natürlich auch zur Reichweitensteigerung und unsere Musik bekannt zu machen.“ “[...] you have to embrace the fact that [...] the internet, and specifically social media is

	• Bedeutung von Social Media ○ Ambivalent ○ Spaß ○ Notwendigkeit ○ Wichtig		paramount to getting your name out there”
Öffentliche vs. private Meinung	• Unterschied ○ Vermeidung politischer Aussagen • Kein Unterschied	Codiert wurden alle Textstellen, die Äußerungen über den Unterschied zwischen privater und öffentlicher Meinung enthalten.	“Die öffentliche Meinung ist [...] viel weniger umfassend.“ “And there is no way to to make a difference while actually creating art. So everything that I say is the same.”
Veröffentlichungen von Musiker:innen	• Einfluss von Feedback ○ Von langjährigen Fans ○ Von positivem Feedback ○ Wenig Einfluss auf Veröffentlichungen ○ Wenig Einfluss auf Kunst ○ Erhält kaum Feedback • Gesellschaftliche Relevanz der Inhalte ○ Abhängig von Rezipient:innen ○ Bei gesellschaftskritischen Themen ○ Bei positiven Themen ○ Nur im direkten Umfeld ○ Keine Relevanz • Journalistische Merkmale der Inhalte ○ Bei informativen Themen ○ Bei unterhaltsamen Themen ○ Bei gesellschaftskritischen Themen ○ Keine journalistischen Merkmale • Unterschiede zu musikjournalistischen Inhalten	Codiert wurden alle Textstellen, die sich auf die eigenen Veröffentlichungen von Musiker:innen beziehen.	“Eigentlich gar nicht, es sei denn, es ist sehr, sehr schlaue durchdachtes Feedback von Fans, die mich lange kennen [...]“ “[...] the relevance would go as far as your interest in what I do.” “[...] journalistische Qualitäten hat oder Aspekte hat, also im Sinne von Songtexten, ja.“ “ [...] journalist has a more finely crafted honed skill and how they're able to present things the way that I would never think of [...]”

	○ Weniger Verantwortung ○ Social Media weniger journalistisch ○ Mehr Entertainment/Weniger Info ○ Mehr Freiheit ○ Andere Fähigkeiten ○ Länge der Präsentation ○ Direkte Rezipient:innen-Ansprache		
Rollenverständnis	● Rollenselbstverständnis ○ Künstler:in ○ Entertainer:in ○ Unabhängige Instanz der Medienlandschaft ○ Direkter Kommunikator ● Rollendefinition Journalist:in von Musiker:innen ○ Spiegel ○ Filter ○ Mentor:in ○ Themenentdecker:in ○ Sinnentdecker:in ○ Dokumentarist:in	Codiert wurden alle Textstellen mit Aussagen über die Einschätzung der eigenen Rolle sowie wie Musiker:innen die Rolle von Journalist:innen definieren.	“I'm a musician [...]” “[...] I hope to be recognized as an artist [...]” “You're a documentarian of the world, you're a documentarian of the human experience.” “Die Rolle eines Journalisten ist quasi ein Spiegel [...]”
Musikjournalismus	● Bedeutung Musikjournalismus ○ Bedeutungslos/Nicht Existent ○ Aneinanderreihungen ○ Objektive Berichterstattung ○ Kurativ ● Definition journalistische Inhalte ○ Gedruckte Inhalte ○ Persönliche Interpretationen ○ Präsentation neuer Informationen ○ Belegung durch Recherche und Quellen	Codiert wurden alle Textstellen, die Definitionen von Musikjournalismus und der Einstufung journalistischer Inhalte enthalten.	“Musikjournalismus nimmt für mich eine kurative Rolle ein [...]” “[...] if you have an interest and a knowledge about something that you share on a platform of choice or write about, then I think it's, could be

			considered journalism”
Gemeinsamkeiten von Musiker:innen und Journalist:innen	• Schreiben als Kunstform • Streben nach Reichweite und Glaubwürdigkeit • Berichterstattung • Themenwahl • Keine Gemeinsamkeiten	Codiert wurden alle Textstellen, die Gemeinsamkeiten von Musiker:innen und Journalist:innen erkennen lassen.	“[...] the parallel would be that we're presenting information to, to people [...]” “Also Parallelen wie besprochen durchaus. Das fängt beim Wahrheitsgehalt an, geht über die Berichterstattung über bestimmte Themen.“

10.5 Datenschutzrechtliche Einverständniserklärung

Ich,(Vor-/Nachname), erteile meine Zustimmung, dass Vanessa von Reth für die Universität Wien (im Folgenden „Uni Wien“) meine personenbezogenen Daten (Vor- und Nachname) im Rahmen der Masterarbeit mit dem Titel „Boundary Work im Musikjournalismus - Eine Untersuchung über das journalistische Rollenselbstverständnis von Musiker:innen“ zu Forschungszwecken erheben, speichern und verarbeiten darf.

Zudem stimme ich zu, dass meine Aussagen aus dem Interview für die Veröffentlichung der Studienergebnisse anonymisiert verwendet werden dürfen. Meine Daten werden gelöscht, sobald der Verarbeitungszweck erfüllt ist, sofern keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten dem entgegenstehen.

Ich bestätige hiermit, dass ich über meine Rechte gemäß Art. 12–21 der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), insbesondere das Recht auf Auskunft, Berichtigung und Löschung, informiert wurde und diese Informationen zur Kenntnis genommen habe. Ich erkläre außerdem, dass diese Einwilligung freiwillig erfolgt. Mir ist bekannt, dass ich meine Einwilligung jederzeit ohne Nachteile für die Zukunft form- und fristlos widerrufen kann.

Die Widerrufserklärung kann ich richten an:

Vanessa von Reth, B.A.

Weiglasse 2/39, 1150 Wien

E-Mail: 51836711@unet.univie.ac.at

Im Falle eines Widerrufs wird die Uni Wien meine Daten sowie die von etwaigen Auftragsverarbeiter:innen gespeicherten Daten nach Erhalt meiner Widerrufserklärung unverzüglich löschen.

11. Abstract

Kontinuierliche Veränderung und Weiterentwicklung gehören zur Essenz aller Forschungsfelder. Besonders durch die Digitalisierung auch zur Medienwelt, vor allem aber im Bereich des Journalismus. Grenzen zwischen verschiedenen Rollen und deren Handlungstätigkeiten verschwimmen dabei immer mehr und auch nicht-professionelle Akteur:innen finden sich in journalistischen Sphären wieder. Das zentrale Erkenntnisinteresse dieser Forschungsarbeit ist, wie Musiker:innen ihre eigene journalistische Rolle im Feld des Musikjournalismus einschätzen. Unter Berücksichtigung der Boundary Work-Theorie wurde nicht nur untersucht, wie Musiker:innen ihre eigene journalistische Rolle definieren, sondern auch in welchem Ausmaß sie journalistische Merkmale in ihren Publikationen wiedererkennen. Außerdem wurde anhand der Durchführung von Leitfadeninterviews mit sieben Musikern erforscht, welche Gemeinsamkeiten sie im Vergleich zu Musikjournalist:innen erkennen. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass boundary marker wie Objektivität, Wahrheit oder Berücksichtigung von ethischen Normen mittlerweile nicht mehr Alleinstellungsmerkmale von Journalist:innen sind, sondern, dass auch Musiker:innen sich und ihrer Rolle diese journalistischen Eigenschaften zuschreiben und klare Parallelen zwischen sich selbst und Musikjournalist:innen sehen.

Continuous change and development are inherent to all fields of research, especially in the media world, and even more so in the field of journalism due to digitalization. The boundaries between different roles and their activities are starting to blurr more and more and non-professional actors are entering journalistic spheres. The central focus of this research is to explore how musicians perceive their own journalistic role within the field of music journalism. Based on the Boundary Work theory, the study not only analyzes how musicians define their own journalistic role but also to what extent they recognize journalistic features in their publications. Additionally, through conducting semi-structured interviews with seven musicians, this research explores the similarities musicians can identify in their own role compared to the role of music journalists. The findings clearly show that boundary markers such as objectivity, truth or commitment to ethical norms are no longer exclusive to journalists. Musicians also attribute these journalistic qualities to themselves and see clear parallels between their own role and the role of music journalists.