

HANDBUCH

Martin Löffelholz
Liane Rothenberger *Hrsg.*

Handbuch Journalismustheorien

 Springer VS

Handbuch Journalismustheorien

Martin Löffelholz • Liane Rothenberger (Hrsg.)

Handbuch Journalismustheorien

Herausgeber
Martin Löffelholz
TU Ilmenau
Ilmenau, Deutschland

Liane Rothenberger
TU Ilmenau
Ilmenau, Deutschland

ISBN 978-3-531-18157-8 ISBN 978-3-531-18966-6 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-531-18966-6

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

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften. Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Lektorat: Barbara Emig-Roller, Monika Mülhausen

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
(www.springer.com)

Inhalt

Vorwort	9
Einführung und Überblick	11
<i>Martin Löffelholz und Liane Rothenberger</i>	
1 Einführung in die Journalismustheorie	
1.1 Paradimgeschichte der Journalismusforschung	29
<i>Martin Löffelholz</i>	
1.2 Journalismustheorien im Wandel: Rückblicke und Ausblicke	59
<i>Gespräch</i>	
1.3 Journalismustheorie und Methodologie	91
<i>Armin Scholl</i>	
1.4 Journalismustheorie und komparative Forschung	111
<i>Frank Esser</i>	
1.5 Journalismustheorie und journalistische Praxis	131
<i>Michael Haller</i>	
2 Systemorientierte Theorien	
2.1 Journalismus als Funktionssystem der Gesellschaft	151
<i>Bernd Blöbaum</i>	
2.2 Journalismus als Leistungssystem der Öffentlichkeit	165
<i>Matthias Kohring</i>	
2.3 Journalismus als (ent-)differenziertes Phänomen	177
<i>Wiebke Loosen</i>	

2.4	Journalismus als konstruktives Chaos	191
	<i>Stefan Frerichs</i>	
2.5	Journalismus als Beschreibungsproduzent – aus nondualistischer Sicht	201
	<i>Stefan Weber</i>	
3	Handlungsorientierte Theorien	
3.1	Journalismus als kommunikatives Handeln	217
	<i>Hans-Jürgen Bucher</i>	
3.2	Journalismus als rationales Handeln	235
	<i>Susanne Fengler</i>	
3.3	Journalismus als Wirklichkeitskonstruktion	249
	<i>Bernhard Pörksen</i>	
4	Sozialintegrative Theorien	
4.1	Journalismus als duale Struktur	265
	<i>Vinzenz Wyss</i>	
4.2	Das journalistische Feld	281
	<i>Thomas Hanitzsch</i>	
4.3	Journalismus als systembezogene Akteurkonstellation	295
	<i>Christoph Neuberger</i>	
4.4	Journalismus als subjektiv rationales Handeln im sozialen Kontext	309
	<i>Carsten Reinemann und Philip Baugut</i>	
5	Kulturorientierte Theorien	
5.1	Journalismus als kultureller Diskurs	325
	<i>Margreth Lünenborg</i>	
5.2	Journalismus als kulturelle Praxis	339
	<i>Johannes Raabe</i>	
5.3	Journalismus als sprachkulturelle Leistung	355
	<i>Oliver Hahn, Julia Lönnendonker und Roland Schröder</i>	
6	Kritische und partizipationsorientierte Theorien	
6.1	Journalismus aus der Perspektive der Kritischen Theorie	369
	<i>Andreas M. Scheu</i>	
6.2	Journalismus als Inklusions- und Partizipationsleistung	385
	<i>Martin Welker</i>	

6.3	Journalismus als Moderation gesellschaftlicher Diskurse	403
	<i>Christoph Kuhlmann</i>	
7	Theorien mittlerer Reichweite	
7.1	Journalismus und Agenda-Setting	419
	<i>Marcus Maurer</i>	
7.2	Journalismus und Nachrichtenwert	431
	<i>Christiane Eilders</i>	
7.3	Journalismus und Framing	443
	<i>Bertram Scheufele und Ines Engelmann</i>	
7.4	Journalismus und alltagsrationale Nachrichtenauswahl	457
	<i>Ines Engelmann</i>	
8	Theorien zu Dimensionen des Journalismus	
8.1	Ausbildung für Journalismus	475
	<i>Beatrice Dernbach</i>	
8.2	Internet und Journalismus	489
	<i>Claudia Auer</i>	
8.3	Journalismus als Organisation	507
	<i>Alice Srugies</i>	
8.4	Journalismustheorien und Geschlechterforschung	523
	<i>Elisabeth Klaus und Susanne Kirchhoff</i>	
8.5	Ethik des Journalismus	537
	<i>Barbara Thomaß</i>	
8.6	Qualität des Journalismus	551
	<i>Klaus Arnold</i>	
8.7	Die Publika des Journalismus	565
	<i>Elisabeth Lueglinger und Martina Thiele</i>	
8.8	Globalisierung des Journalismus	585
	<i>Liane Rothenberger</i>	
9	Theorien zu Interrelationen des Journalismus	
9.1	Journalismus und Medien	603
	<i>Klaus-Dieter Altmppen, Regina Greck und Tanja Kössler</i>	
9.2	Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit	619
	<i>Andreas Schwarz</i>	

9.3 Journalismus und Politik	639
<i>Hartmut Wessler und Eike Mark Rinke</i>	
9.4 Journalismus und Militär	655
<i>Kathrin Schleicher</i>	
9.5 Journalismus und Ökonomie	669
<i>Harald Rau</i>	
9.6 Journalismus und Wissenschaft	683
<i>Alexander Görke</i>	
9.7 Journalismus und Sport	699
<i>Michael Schaffrath</i>	
Autorinnen und Autoren	713
Personen- und Sachregister	721

5

Kulturorientierte Theorien

Margreth Lünenborg

Zusammenfassung

Betrachtet man Journalismus als kulturellen Diskurs, mittels dessen die Gesellschaft sich selbst verständigt, so rücken neue Fragen in den Mittelpunkt. Das Augenmerk liegt weniger auf dem Ausmaß und der Form der Übermittlung von Informationen mit und durch journalistische Produkte. Fakten, Wahrheit und Realität als implizite Referenzpunkte journalistischen Handelns verlieren ihre finale Gültigkeit. Als symbolisches Zeichensystem begriffen, haben sich historisch Formen und Konventionen des Erzählens relevanter Ereignisse etabliert. Die Darstellungskonventionen zielen auf eine Verobjektivierung, in denen der journalistische Erzähler als solcher unkenntlich wird. In einer kritischen Analyse der in die Texte eingeschriebenen Muster werden Diskurse als Prozesse der Bedeutungsaushandlung sichtbar gemacht. In digitaler Anschlusskommunikation (Kommentare, Chats, Verlinkung, Rankings) wird dies als Aktivität des Publikums explizit sichtbar. Der Beitrag diskutiert darüber hinaus Fragen der Distinktion spezifisch journalistischer Kommunikation im Verhältnis zu anderen Formen öffentlicher Kommunikation. Mit der Entstehung neuer Genres, die im Grenzbereich zwischen Dokumentarischem und Fiktionalem angesiedelt sind, ist eine eindeutige und trennscharfe Unterscheidung und die fraglose Zuordnung journalistischer Angebote als faktisch, authentisch und nicht-inszeniert nicht länger möglich.

Journalismus als Ritual, Erzählung und kommunikative Praxis

Ein kulturorientiertes Verständnis von Journalismus, das auf theoretische Konzepte der Cultural Studies zurückgreift, rückt Fragestellungen, Analyseperspektiven und Phänomene in den Mittelpunkt, die mit anderen Herangehensweisen eher randständig bleiben. Dabei ist dem erkenntnistheoretischen Zugang ein fundamentaler Konflikt mit dem Analysefeld Journalismus eingeschrieben, den die US-amerikanische Forscherin Barbie Zelizer (2004, 187) als „uneven interest in journalism among cultural studies scholars“ bezeichnet: „Journalism’s presumed legitimacy depended on its declared ability to provide an indexical and referential presentation of the world at hand. Insisting on the centrality of reality and

on facts as its carrier, journalism maintained a clear distinction between itself and other domains of public discourse.“ (Zelizer 2004, 187) Fakten, Wahrheit und Realität gelten als gesetzte Referenzpunkte für journalistisches Handeln. In einer kulturorientierten Analyse lösen sich eben diese Axiome auf: Diskurse, Konstruktionen und Subjektivität werden zu den Orientierungsachsen, entlang derer Prozesse des Herstellens von Wirklichkeitsentwürfen im journalistischen Handeln ebenso wie in seiner wissenschaftlichen Analyse sichtbar gemacht werden.

Anknüpfend an semiotische Traditionen wird Journalismus als System symbolischer Bedeutungsproduktion begriffen. Anstelle von Nachricht und Information werden Symbole, Rituale, Erzählungen und kommunikative Praktiken zu relevanten Konzepten. Im Folgenden werden historische Traditionen eines kulturbasierten Verständnisses von Journalismus skizziert. Daran anschließend werden Grundlagen der Cultural Studies diskutiert, um deren Anschlussfähigkeit für die Journalismusforschung sichtbar zu machen. Auf dieser Grundlage zeigen sich Ertrag und auch Leerstellen dieser theoretischen Rahmung. Abschließend werden aktuelle Herausforderungen des Journalismus – charakterisiert als Prozesse der Hybridisierung und Entgrenzung – dahingehend betrachtet, welches heuristische Potenzial ein Verständnis von Journalismus als kulturellem Diskurs zu ihrer Bearbeitung hat.

Zur Tradition kulturorientierter Journalismuskonzepte

Ein kulturbasiertes Verständnis von Journalismus hat im deutsch- wie auch im englischsprachigen Raum eine lange Tradition. Exemplarisch genannt seien Robert E. Prutz (1845, 7), der im 19. Jahrhundert „Wesen und Bedeutung von Journalismus“ als „Selbstgespräch [...], welches die Zeit über sich selbst führt“ charakterisiert (→ Beitrag 1.1), oder Robert E. Park, (1940) Begründer der Chicago School of Sociology, der auf die kollektive Sinnproduktion durch Journalismus verwiesen hat. Hier klingt an, dass ein Verständnis der gesellschaftlichen Bedeutung von Journalismus einer weiten Kontextualisierung bedarf, die über das Handeln Einzelner hinausreicht und gemeinschaftliche Sinnproduktion im Zusammenwirken von spezifischen Produktionsbedingungen und Handlungsdispositionen, dem journalistischen Text und den unterschiedlichen Modi der Nutzung und Aneignung journalistischer Angebote begreift. In der deutschen und deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft als Fortschreibung der Zeitungswissenschaft ist das Verständnis von Journalismus als spezifischer „Kulturleistung“ (Langenbucher 1994) etabliert, die an die enge historische Verbindung von Journalismus und Literatur im 18. und 19. Jahrhundert anschließt. In der aktuellen Forschung wird die kulturelle Leistung des Journalismus insbesondere von jenen Forschern hervorgehoben, die sich vornehmlich für subjektive, interpretative und feuilletonistische Formen des Journalismus interessieren (vgl. Reifarh und Reus 2002; Haas 1999; Reus 1998). Langenbucher (1994, 7) will den „ästhetischen und intellektuellen Rang“ qualitätsvollen Journalismus bewerten und „selbstschöpferische Leistungen von

unzweifelhaft identifizierbaren Individuen“ erkennbar machen, die als „journalistischer Kanon“ sichtbar werden. Auch Haas (1999) greift auf den Begriff des Kanons zurück, wenn er Formen des „empirischen Journalismus“ analysiert. Er rückt in historischer Analyse kanonisierte Werke ausgewählter Autoren in den Mittelpunkt seiner Arbeit.

Zusammengefasst postulieren diese Journalismusforscher: Die Kulturleistung des Journalismus offenbare sich in den anspruchsvollen Texten bedeutender Autorinnen und Autoren, deren journalistisches Schaffen über den Tageswert hinaus von gesellschaftlicher Bedeutung sei. Darin wird Journalismus vergleichbar mit künstlerischer Produktion. In der Konzentration auf das (schreibende) Individuum und sein autonom geschaffenes Werk rufen diese Konzepte Erinnerungen an subjektzentrierte Ansätze zur ‚publizistischen Persönlichkeit‘ (Dovifat 1990; → Beitrag 1.1) auf. Wenn hier auch nicht auf spezifische Persönlichkeitsmerkmale Bezug genommen wird, so erscheinen das journalistisch tätige Subjekt und sein Schaffensprozess doch weitgehend unabhängig von äußeren Einflussfaktoren. Die kulturelle Leistung von Journalismus erweist sich hier als herausragende Qualitätsproduktion kanonisierter Werke.

Ganz anders die Rahmung im englischsprachigen Raum: Mit James Carey (1969, 1989) betonte in der US-amerikanischen Journalismusforschung eine prominente Stimme beharrlich die Notwendigkeit, Journalismus zu begreifen

„as a manifestation of a basic cultural disposition to cast up experience in symbolic forms that are at once immediately pleasing and conceptually plausible, thus supplying the basis for felt identities and meaningfully apprehended realities“ (Carey 1997, zitiert nach Zelizer 2004, 181).

Sichtbar wird hier ein komplexes Verständnis des Zusammenhangs von Journalismus und kultureller Identität. Peter Dahlgren (1986) hat in ähnlicher Weise in der skandinavischen Forschung mit seinem Verständnis von Nachrichten als kulturellem Diskurs auf die Dualität von kulturellem Produkt und kulturellen Praktiken verwiesen. Die spezifische Bedeutung von Journalismus liege in der Sinnstiftung im Alltagsleben. Auch wenn das Nicht-Alltägliche zur Nachricht wird, erweist sich die gesellschaftliche Relevanz dieser Angebote doch maßgeblich in der sinnhaften Stabilisierung von Alltäglichkeit. Damit verweist Dahlgren auf die Bedeutung von Journalismus ‚beyond information‘ und begreift ihn als ein kulturelles Forum mittels dessen Deutungen von Gesellschaft verhandelt werden. Dahlgrens Sichtweise bezieht sich damit nicht etwa auf Randbereiche journalistischer Angebote, sondern beschreibt das Kerngeschäft des Nachrichtenjournalismus, insbesondere nachrichtliche Angebote im Fernsehen. Diese Analyseperspektive zeigt sich anschlussfähig an das theoretische Programm der British *Cultural Studies*.

Journalismus als Kultur – Der Kulturbegriff der Cultural Studies

Das eingangs beschriebene Verständnis von „Journalismus als Kulturleistung“ unterscheidet sich von dem Kulturbegriff der Cultural Studies grundlegend. Nicht ausgewählte, einzig-

artige oder herausragende Einzeltexte werden als journalistische Kulturleistung begriffen, sondern Journalismus als Ganzes wird als Bestandteil von Populär- und Alltagskultur betrachtet. Während die oben genannten deutschsprachigen Forscher ausgewählte journalistische Texte aus der Masse der Alltagsproduktion herausgreifen und zum Bestandteil von Hochkultur erklären, betrachten die Cultural Studies die Gesamtheit journalistischer Textproduktion als zentralen Baustein populärkultureller Bedeutungsproduktion. Nicht eine kategoriale Unterscheidung von ‚guten‘ und ‚schlechten‘ Texten, seriösen Medien und Boulevardmedien, arbeitsteilig produzierten und individuell gefertigten Produkten ist erforderlich zur Analyse des kulturellen Gehalts von Journalismus. „As the sense-making practice of modernity, journalism is the most important textual system in the world“, so analysiert John Hartley (1996, 36) Journalismus in seiner Gesamtheit der zur Verfügung gestellten Interpretationsangebote als zentrale Deutungsinstanz moderner Gesellschaften. Diese Relevanzsetzung war in den 1990er Jahren auf journalistische Produktion bezogen, die sich noch weitestgehend auf professionelle Angebote in analogen Medien beschränkte. Offenkundig zeigt sich heute eine nachhaltige Relevanzverschiebung im Bereich mediatisierter öffentlicher Kommunikation, bei der andere Formen – Social Media, User Generated Content (→ Beitrag 8.2), Unterhaltungskommunikation – das Primat journalistischer Deutungsleistung in Frage stellen. Doch zweifellos stellt weiterhin das Zeichensystem journalistischer Texte, Bilder, Töne und Bewegtbilder mit den ihnen eingeschriebenen narrativen Mustern, die einen Anspruch auf extramediale Referenz, auf Aussagen über ‚Wirklichkeit‘ erheben, eine bedeutsame Ressource gesellschaftlicher Deutungsangebote zur Verfügung. So wird Journalismus zum Bestandteil von Populärkultur, die in der Tradition der British Cultural Studies immer auch das subversive, kritische Potenzial subkultureller Artikulationen im Blick hatte (Grossberg 1999). Die Cultural Studies bieten damit ein analytisches Repertoire, um die Ausweitung und Ausdifferenzierung unterschiedlicher Formen des Journalismus wahrzunehmen. Neben nachrichtlichen Formen des ‚Qualitätsjournalismus‘ werden Formen des Boulevardjournalismus gleichwertig zum Gegenstand der Analyse (Bruck und Stocker 1996; Brichta 2011). Neben politischer Berichterstattung gewinnen Formen des Ratgeber-, Lifestyle- oder Reisejournalismus als diskursive Arenen zur Herstellung gesellschaftlicher Identitäten Aufmerksamkeit in der Forschung (Fürsich 2012; Hanusch 2013).

Diese Verschiebung und Ausweitung der Forschungsperspektive wird erreicht durch den zugrunde gelegten Kulturbegriff, der auf einem dialektischen Verhältnis von Struktur und Kultur basiert. Er reicht damit hinaus über das frühe anthropologische Verständnis von Raymond Williams (1971 [1958]) „culture as a whole way of life“. Diese Sichtweise betont, dass Kultur nicht als spezifische Leistung einer gesellschaftlich privilegierten Gruppe („Hochkultur“) oder als in sich geschlossenes gesellschaftliches Subsystem betrachtet wird, sondern als Ausdruck von Lebensweisen. Eine strukturalistische Erweiterung findet der Begriff in der Auseinandersetzung mit Edward Palmer Thompson (1980 [1963]), der Williams’ Begriff als zu wenig gesellschaftsgebunden kritisiert. Kultur in ihren spezifischen Ausprägungen ist zwangsläufig gebunden an gesellschaftliche Macht- und Besitzverhältnisse. Mit dem Verständnis von Kultur als einer historisch und kontextuell verorteten

Lebensweise öffnen die Cultural Studies für die Medienforschung – und hier insbesondere die Journalismusforschung – das Analysefeld beachtlich. Medientexte und die Prozesse der Medienaneignung werden als alltagskulturelle Praktiken erkannt.

Das forschende Interesse an Journalismus richtet sich damit nicht primär auf die Informationsleistung journalistischer Angebote, die im Verständnis einer Transportmetapher an das Publikum zu adressieren ist. Journalistische Qualität lässt sich damit nicht sinnvoll bemessen an der Vielzahl und Vollständigkeit von Fakten, die dem Publikum vermittelt werden. Stattdessen wird die Rezeption und Aneignung journalistischer Angebote (→ Beitrag 8.7) als alltagsgebundene Praxis erkannt, die hochgradig an die spezifischen Rezeptionsbedingungen gebunden ist. Nachrichtenlektüre ist aus dieser Perspektive nicht primär durch die Suche nach relevanten Informationen geprägt, sondern wird erkannt als tägliches Ritual, als zeitliche Brücke vor Beginn der Lieblingssendung oder als gemeinsames Familienereignis (vgl. Neverla 1992; Carey 1989). Bei der aktuellen Vervielfältigung von Medienangeboten und den komplexen Kompositionen individueller Medienmenüs kommt zeitlich und räumlich strukturierten Formen der Ritualisierung besondere Relevanz zu. Daneben sind es die sozial kontextuierten Bedingungen und Modi der Rezeption, die wahrgenommene Medieninhalte nachhaltig konturieren, das haben bereits David Morley und Charlotte Brunsdon (1999 [1980]) mit ihrer nachhaltig bedeutsamen Rezeptionsstudie zur britischen Nachrichtenshow ‚Nationwide‘ sichtbar gemacht. Sie identifizierten in den 1970er Jahren in Großbritannien Klasse und Ethnizität als zentrale Dimensionen, die Lesarten von Nachrichtenangeboten strukturieren.

Diese Identifikation von Lesarten nach Stuart Halls Encoding/Decoding-Modell (1999 [1973]) verweist auf die Komplexität und Mehrdeutigkeit jeglicher Medientexte. Nicht allein populäre Unterhaltungsangebote gewinnen ihre Attraktivität durch inhärente Polysemie, sondern auch journalistische Texte eröffnen in ihrer formalen, inhaltlichen und ästhetischen Struktur vielfältige Deutungs- und Verarbeitungsoptionen, die an vorherige Wissensbestände, Rezeptionspräferenzen oder situative Erfahrungen anknüpfen. Die von Stuart Hall (1999, 106 ff.) eher schematisch vorgenommene Unterscheidung von dominanten, ausgehandelten und oppositionellen Lesarten erweist sich dabei allenfalls als idealtypische Struktur. In Abhängigkeit von Medium, Thema, Diskurszusammenhang und Rezeptionsbedingungen ergeben sich spezifische Ausdifferenzierungen, die sich nur begrenzt abstrakt strukturieren lassen.

Für die Journalismusforschung erweist sich dabei als zentral, dass Kodierungen der Produzenten – hier Journalisten – und Dekodierungen der Publika zwangsläufig distinkt sein müssen, da an unterschiedliche Wissensbestände, Erfahrungskontexte und Rezeptionserfahrungen angeknüpft wird. Diese Differenzen gilt es nicht als Fehlleistungen oder Missverstehen zu klassifizieren, sondern als integralen Bestandteil eines gesellschaftlichen Deutungsprozesses mit und durch Journalismus.

Journalismus als kultureller Prozess

Damit erweisen sich nicht allein das Handeln der Kommunikatoren und ihre Handlungsintentionen (das klassische Feld der Kommunikatorforschung), nicht die Qualität der Medientexte und deren Faktengenauigkeit (das Feld der textzentrierten Qualitätsforschung) als zentrale Forschungsfelder der Journalistik. In den Mittelpunkt des Forschungsinteresses rückt vielmehr der prozessuale Zusammenhang zwischen medialer Produktion, Medientext und Rezeptionshandeln des Publikums. Erst im Zusammenwirken dieser Felder gewinnt Journalismus Relevanz als Instanz gesellschaftlicher Selbstverständigung. Dieser prozessuale Zusammenhang knüpft an Richard Johnsons (1999 [1983]) „Kreislauf der Produktion, Zirkulation und Konsumption kultureller Produkte“ an. In dem von Klaus und Lünenborg (2004) entworfenen Kreislauf kultureller Bedeutungsproduktion (Abb. 1) wird cultural citizenship zum Kontext jeglichen Medienhandelns – auf Seiten der Rezipienten ebenso wie der Produzierenden. Cultural citizenship beschreibt dabei jene Formen der Teilhabe an Gesellschaft und Gemeinschaft, die medial geprägt sind. Angesichts des immensen Bedeutungszuwachses, den Medien und mediale Kommunikation für die Ausgestaltung der aktuellen Gesellschaftsformation gewonnen haben, wird cultural citizenship zu einer eigenständigen Dimension von Staatsbürgerschaft in der Mediengesellschaft. Neben civil, social und political citizenship, die Marshall (1992) bereits 1949 unterschieden hatte, rückt aktuell die Teilhabe an den symbolischen Ressourcen der Gesellschaft auf eine vergleichbare Ebene. Cultural citizenship wird damit verstanden als „eine wesentliche Dimension von ‚Staatsbürgerschaft‘ in der Mediengesellschaft. Sie umfasst all jene kulturellen Praktiken, die [...] kompetente Teilhabe an den symbolischen Ressourcen der Gesellschaft ermöglichen“ (Klaus und Lünenborg 2004, 200).

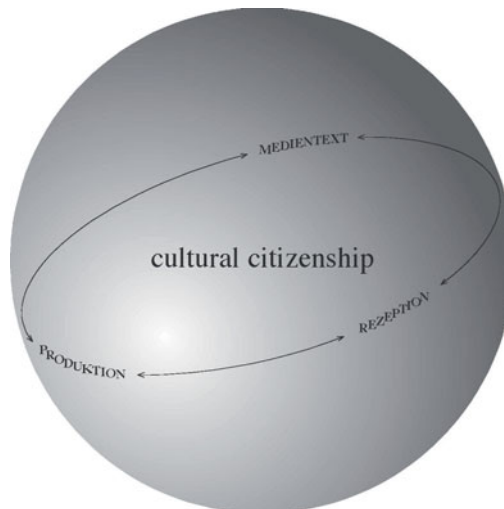


Abb. 1 *Cultural citizenship* als Kontext im Kreislauf kultureller Bedeutungsproduktion
Quelle: Klaus und Lünenborg 2004, 201

Neuere Formen einer Entgrenzung der Funktionsrollen von Produzierenden und Rezipierenden, die Axel Bruns (2008) als ‚produsage‘ bezeichnet hat, werden mit Blick auf gesellschaftliche Prozesse der Selbstverständigung damit weniger zur Bedrohung des professionellen Journalismus als vielmehr zu einer neuen Formation gesellschaftlicher Sprecherpositionen, deren spezifische Relevanz in öffentlichen Diskursen jeweils zu bestimmen ist.

Ein solch integrativer Ansatz in der Journalistik hat vielfältige Konsequenzen. Traditionell der Erforschung journalistischer Produktion verpflichtet, erwächst für die Journalistik die Herausforderung, sich den spezifischen Rezeptionsweisen sowie dem Zusammenhang von Text und Rezeptionsprozess zuzuwenden. Zugleich sind damit Forschungsansätze der Cultural Studies, die sich bislang in besonderer Weise der Aneignung von Medientexten gewidmet haben, herausgefordert, sich den spezifischen Produktionsweisen zu widmen und in der Analyse journalistischer Kulturen die strukturellen und ökonomischen Bedingungen des journalistischen und redaktionellen Produktionsprozesses in den Blick zu nehmen und damit dem Anspruch einer Analyse der Verschränkung von Struktur und Kultur gerecht zu werden.

Prozesse der Hybridisierung und Entdifferenzierung von Journalismus: Genretheorie als analytische Struktur

Journalistische Kommunikation – gleichgültig in welchem Format, welchem Genre oder welchem Medium – beinhaltet das Versprechen auf Aussagen über die soziale Wirklichkeit. Dieser Anspruch unterscheidet journalistische Texte kategorial von jenen fiktionaler Genres. Nicht erdachte Welten, Figuren und Plots, sondern real Geschehenes, soziale Akteure und Akteurinnen, Ursache-Wirkungs-Beziehungen – diese Dimensionen bilden die Substanz, mit der Journalismus seinen exklusiven Charakter als Konstrukteur eines „regimes of truth“ (Hartley 1992) legitimiert. Zum ‚Regime der Wahrheit‘ werden die medialen Konstruktionen des Journalismus dadurch, dass sie sich von jenen der PR oder der Propaganda normativ und funktional unterscheiden: Spezifische professionelle Kriterien der Materialbeschaffung und Materialbearbeitung sollen sicherstellen, dass die medialen Konstruktionen, die Journalismus herstellt, zu beurteilen sind als gültige, zuverlässige und idealiter ‚wahrhaftige‘ Beschreibungen sozialer Wirklichkeit. Strukturell und funktional wird so eine kategoriale Differenz gesetzt zwischen Journalismus und anderen Formen massenmedialer Kommunikation. Hergestellt wird diese Differenz durch spezifische Genrekonventionen und Gattungsmuster, mit denen Produzierende ebenso wie das Publikum eindeutig und trennscharf in der Lage sein sollen zu unterscheiden zwischen Nachricht mit Bezug zur außermedialen Wirklichkeit, fiktiver Erzählung oder non-fiktionalem Spiel, das ‚Als-Ob-Welten‘ schafft. Während in der Filmwissenschaft formale Dimensionen entlang von Gattungen, inhaltliche Dimensionen entlang von Genres unterschieden werden, ist eine solche Trennschärfe in der Journalistik nicht auffindbar. Stattdessen existieren

die Konzepte Darstellungsform, Darstellungsprogramm, Gattung und Genre parallel und teilweise bedeutungsgleich nebeneinander. Hier wird im Folgenden unterschieden zwischen der Gattung als kognitivem Wahrnehmungsmuster und dem Genre als in der kommunikativen Praxis ausgehandelter Form.

Genre- und Gattungsbezeichnungen spielen in der journalistischen Produktion ebenso eine Rolle wie in der Distribution und der Rezeption von Medientexten. Mit den Bezeichnungen werden – wenn auch vage – Vorstellungen über den Text, seine Eigenschaften und seine Aussagemöglichkeiten verbunden. Die Bezeichnung erzeugt auf Seiten der Produzierenden wie der Rezipierenden Erwartungen, sie dient der Verständigung über den Bezugsrahmen. Genrebezeichnungen werden kommuniziert in Programmzeitschriften, in den Bezeichnungen von Organisationseinheiten, zwischen beteiligten Produktionsfirmen, in der Aus- und Fortbildung von Journalistinnen und Journalisten, bei der Ausschreibung und Verleihung von Preisen. Doch dieser vielfältige Gebrauch der Begriffe garantiert keineswegs eindeutige Verständigung über das, was gemeint ist. Das feste Set an Genres, systemtheoretisch als Darstellungsprogramme gefasst (Blöbaum 2004, 209 ff.), das den professionellen Journalismus über circa ein Jahrhundert strukturiert hat, ist einer komplexen Unübersichtlichkeit gewichen. Das Interview wandelte sich zur Talkshow, die Talkshow entwickelte sich zum ‚Confrontainment‘ oder ‚Emotainment‘. Komposita wie Doku-Drama oder Docu-Soap entstanden als Formen, die im Grenzbereich zwischen Fakt und Fiktion angesiedelt sind (ausführlich Lünenborg 2005, 168-200). Offenkundig ist hier Fragilität entstanden, die eine kategoriale Zuweisung von Journalismus zum Faktischen und damit einer basalen Distinktion zum Fiktionalen als Erfundenem und Inszeniertem in Frage stellt (weitergehend Lünenborg 2013).

Mit der Entgrenzung (→ Beitrag 2.3) zwischen professionell journalistischer Kommunikation und Formen des *User Generated Content* in Form persönlicher Blogs werden vertraute Muster der objektivierenden Darstellung von Ereignissen bewusst gebrochen.

Eine journalistikwissenschaftliche Genretheorie muss diese aktuellen Entwicklungen berücksichtigen. Sie machen deutlich, dass Genres historisch gebundene Formen sind, die stetem Wandel und beständiger Weiterentwicklung unterliegen. Funktionale Beschreibungen, die sich auf die Intentionen der Produzierenden beschränken, greifen zu kurz, wenn Genres in ihrer Bedeutung zur Strukturierung des gesamten Prozesses von Medienkommunikation erfasst werden sollen.

Genre- oder Gattungstheorien sind traditionell in der Literaturwissenschaft und einer philologisch orientierten Medienwissenschaft verortet. Von dort ausgehend spielen sie in der Filmwissenschaft eine zentrale Rolle. In der Soziologie wird der Gattungsbegriff jenseits der Medienkommunikation zur Analyse und Beschreibung alltäglicher Kommunikation verwandt. Gattungen werden dabei begriffen „als im Sprechen erzeugte interaktive Handlungsmuster“ (Günthner und Knoblauch 1994, 697). Je bedeutsamer und weiter verbreitet bestimmte Kommunikationsformen sind, desto eher haben sich dafür Gattungen als „Bindeglieder zwischen Gesellschaft und Sprache“ (Günthner und Knoblauch 1994, 697) herausgebildet. Der Prozess der Interaktion beinhaltet die ständige Wechselwirkung von Bedeutungszuweisung durch den/die Sprechenden und Interpretationsleistungen der

Zuhörenden. Kommunikative Gattungen können damit niemals statisch, eindeutig und trennscharf sein.

Gattungen stellen historisch und kulturell spezifische, gesellschaftlich verfestigte und formalisierte Lösungen kommunikativer Probleme dar, deren – von Gattung zu Gattung unterschiedlich ausgeprägte – Funktion in der Bewältigung, Vermittlung und Tradierung intersubjektiver Erfahrungen der Lebenswelt besteht. (Günthner und Knoblauch 1994, 699)

Gattungen tragen dazu bei, Handlungen Sinn zu geben. Mit dem Verweis auf eine bekannte Gattung kann auf gesellschaftliche Wissensvorräte zurückgegriffen werden. Je eindeutiger die Regeln der Gattung sind, desto verlässlicher ist die Kommunikation dieser Sinnstrukturen. Die Teilnehmenden der Kommunikation nutzen einen spezifischen sozialen und kulturellen Kontext und stellen ihn zugleich im Prozess der Kommunikation selbst her. Gattungen sind damit zu begreifen als „Verbindungselement zwischen dem subjektiven Wissensvorrat und der sozialen Struktur einer Gesellschaft“ (Günthner und Knoblauch 1994, 716). Als Bestandteile des kommunikativen Haushaltes stellen Gattungen zugleich ein zentrales Bindeglied zwischen Kultur und Sozialstruktur dar. Kommunikative Muster sind unauflöslich verbunden mit spezifischen sozialen Milieus und institutionellen Bereichen. Mit der Wahl der Sprache und der sprachlichen Muster, die sich in Gattungen verfestigen können, wird Zugehörigkeit bzw. Distanz zu sozialen Räumen signalisiert und hergestellt.

In diesem Sinne sind Genrebezeichnungen und -zuweisungen nicht allein „subjektive Theorien“, wie es der radikale Konstruktivismus formuliert (Schmidt 1987), sondern Verhandlungsprozesse zwischen subjektiven Deutungen und gesellschaftlichen Deutungsmustern. Diese gesellschaftliche Überformung ist verbunden mit Macht- und Statuszuweisungen. Besonders intensiv ist die Auseinandersetzung um dieses Spannungsverhältnis von Macht, Status und Genre am Thema Gender (→ Beitrag 8.4) geführt worden. Irmela Schneider (2001) macht auf die Parallelität zahlreicher Debatten in Genre- und Gendertheorien aufmerksam. Nach anfänglichem Essenzialismus, bei dem Geschlecht wie Genre als absolute, ontologische Kategorien gesetzt wurden, prägt heute ein Bewusstsein um die diskursive Konstruktion die Vorstellung von Geschlecht ebenso wie von Genre.

Das Geschlecht wird relevant bei der Produktion, Auswahl, Nutzung und Aneignung unterschiedlicher Genres. Die kulturelle Konstruktion von Zweigeschlechtlichkeit wird als strukturierendes Muster in der Textproduktion dem Medientext eingeschrieben. In der Rezeption wird das Geschlecht durch Genrepräferenzen sowie spezifische Lesarten des Textes bedeutungsvoll. Dabei erscheint es zu simpel von ‚männlichen‘ und ‚weiblichen‘ Genres auszugehen, wie es Fiske (1989) bei der Analyse von Fernsehserien vorschlägt. Er knüpft damit an Modleskis (1982) Überlegungen zur geschlechtsgebundenen Rezeption von Soap Operas an. Eine solche Zuweisung geht von einem ontologischen Geschlechterverständnis aus, das ein kontextloses *Sein* von Männern und Frauen annimmt. Löst man sich von diesem Konzept, so verliert damit Geschlecht in der Produktion und Rezeption von Genres nicht an Relevanz, der Zusammenhang wird jedoch komplizierter: „Gender identity, in short, is both multiple and partial, ambiguous and incoherent, permanently in process of being articulated, disarticulated, and rearticulated“ (Ang und Hermes 1994, 126). Die Artikulation, Verhandlung und Reorganisation von Geschlecht wird mit und

durch die diskursiven Strukturen von Medienangeboten organisiert. In der Journalismusforschung wird der Zusammenhang von Geschlecht und Genre aktualisiert mit Blick auf den Zusammenhang zwischen Formen der Unterhaltungsorientierung journalistischer Angebote, dem Geschlecht der Produzierenden und geschlechtsgebundenen Nutzungsmustern (vgl. weitergehend Lünenborg 2009).

Begreift man vor diesem Hintergrund das Konzept von Genres als kommunikative Gattung, so beschränkt es sich nicht allein auf das Feld der (massen)medialen Kommunikation, sondern ermöglicht dies eine Beschreibung kommunikativer Praktiken im Prozess der Rezeption und Aneignung von Medientexten. Diese fließende Grenze zwischen massenmedialer und interpersonalen Kommunikation wird nicht nur in Formen der Anschlusskommunikation relevant, sondern insbesondere in Formen digitaler, netzbasierter Kommunikation (→ Beitrag 8.2), die sich nicht länger distinkt zwischen Produzenten und Rezipierenden unterscheiden lässt (social media, blogs, chat-rooms, newsgroups). Zudem knüpfen im Bereich von Hörfunk und Fernsehen immer mehr Mediengattungen und Kommunikationsstile an Formen der Alltagskommunikation an und versuchen damit, die mediale Geprägtheit des Genres unsichtbar zu machen.

Mit der beschriebenen handlungstheoretischen Fundierung einer Genretheorie wird eine interaktive, diskursive Verhandlung von Bedeutung zugrunde gelegt. John Fiske (1987) beschreibt diese Strukturierung nach Genres als „cultural practice“, bei der Rezeptionsgewohnheiten und -erwartungen des Publikums sowie die Kommunikationsabsichten der Produzierenden diskursiv verhandelt und abgeglichen werden. Es wird deutlich, dass das Zusammenspiel von Erwartungen und Regeln strukturbildend für individuelle und gesellschaftliche Handlungen sowie für professionelles Handeln im Mediensystem ist. Bemerkenswert dabei ist, dass die Regeln der Strukturbildung nicht vorab und unzweideutig existieren, sondern „erst von den Beteiligten hergestellt [werden], und zwar mit erheblicher Variation“ (Holly 1993, 164). Genres werden damit als historisch und kontextuell gebundene Strukturen erkannt. Sie bilden „einen historisch-pragmatischen Zusammenhang, in dem sich sowohl Produzenten als auch Rezipienten befinden“ (Hickethier 1996, 199). Eine eindeutige, abschließende und trennscharfe Unterscheidung kann daher nicht möglich sein.

Dennoch funktioniert das Genresystem als System der Orientierung und Bedeutungsstrukturierung nur dann, wenn bis zu einem gewissen Grade Übereinstimmung oder zumindest Verständigung zwischen den Intentionen der Produzierenden und den Erwartungen und Interpretationen der Rezipierenden erzielt werden kann. Kilborn und Izod sprechen in diesem Zusammenhang von „generic verisimilitude“ (1997, 34 f.) als einer spezifischen Form der Intertextualität. Das Erkennen von Ähnlichkeit zu anderen Texten und deren Genrekonventionen ist zentraler Bestandteil der Rezeption. Bei hochgradig standardisierten und konventionalisierten Formen wie bspw. Nachrichtensendungen kann deshalb von einer hohen Übereinstimmung der Erwartungen ausgegangen werden. In diesem Sinne kann auf die von zahlreichen Autoren hervorgehobene grundlegende Unterscheidung zwischen fiktionalen und non-fiktionalen Genres verwiesen werden (Bleicher 1999, 144; Schmidt und Weischenberg 1994, 218; Corner 1991, 267). Für Nachrichten(sendungen) werden weitgehende Übereinstimmungen zwischen Produzierenden und Rezipierenden

angenommen. Nachrichtensendungen geben das Versprechen auf Aussagen über die Realität. Vom Publikum werden in diesem Genre auch genau solche Aussagen erwartet. Das heißt jedoch keineswegs, dass die Zuordnung von Medientexten zu fiktionalen oder non-fiktionalen Genres grundsätzlich anders verläuft als andere Differenzierungsmerkmale. Fakt oder Fiktion – auch diese Unterscheidung ist eine diskursiv erzielte, kontextabhängige Strukturierung. Genres als kommunikative Gattungen medialen wie nicht-medialen Handelns sind damit zu verstehen als bedeutungsgenerierende Strukturen, die im Prozess der Kommunikation interaktiv von allen an ihr Beteiligten geschaffen werden.

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass Genres interaktiv hergestellte Strukturierungen von Kommunikationsprozessen darstellen. Der Prozess der Interaktivität beinhaltet die Möglichkeit differierender Deutungen und Zuweisungen. Diskursiv wird auf dieser Grundlage verhandelt, welche Deutung letztlich gesellschaftlich dominant wird. Interaktive und diskursive Verständigungsprozesse sind stets kontextuell und historisch gebunden. Genres stellen deshalb kein abgeschlossenes Set von Darstellungsmustern dar, sondern eine kulturell und historisch geprägte Interpretationsfolie kommunikativer Prozesse. Dabei finden gegenläufige Entwicklungen gleichzeitig statt: Einerseits erfordern globale Distributions- und Vermarktungsstrategien eine hochgradige Standardisierung von Produkten (→ Beitrag 8.8), um Rezeption auch bei kulturell differenten Erfahrungs- und Kommunikationsräumen zu ermöglichen (vgl. Hallenberger 2002). Andererseits führt die Standardisierung medialer Angebote zu individuell und subkulturell differenzierten Leseweisen und Interpretationsmustern. Insbesondere altersspezifische Formen der Mediensozialisation führen dabei zu Neu- und Re-Interpretationen vorhandener Genres.

Zugleich gibt das Entstehen neuer und Verschwinden alter Genres Aufschluss über gesellschaftliche Diskurse. Dabei geht es nicht allein um das Auftreten neuer ‚Stoffe‘ und ‚Themen‘, sondern um spezifische Erzähl- bzw. Mitteilungsweisen. Die in neuen Genres wie der Docu-Soap oder dem Doku-Drama gewählten unscharfen Grenzen zwischen Faktizität und Fiktionalität antizipieren ein medienkompetentes Publikum, dem Erzählweisen bspw. der Soap Opera so vertraut sind, dass es affektiv von diesen gefesselt sein kann und zugleich im Wissen um die mediale Konstruiertheit Distanz dazu entwickelt. Zugleich drücken vielfältige Angebote des Reality TV ein verstärktes Interesse an alltagsweltlichem Wirklichkeitsbezug in dramatisierter Form auch in Formen unterhaltsamer Fernsehtexte aus (vgl. Keppler 1994). Radikal subjektive Erzählweisen bspw. in Blogs kontrastieren die professionell-journalistische Darstellungskonvention des Nachrichtlichen durch die narrative Struktur, in der der Erzähler explizit sichtbar wird. Sie fordern die tradierte Norm heraus, indem das Muster einer vermeintlich universellen Repräsentationsweise von Weltgesellschaft als spezifisches Narrativ kenntlich wird.

Aus der Perspektive einer kulturorientierten Journalistik kann die Frage, welche Texte, Formate und Erzählweisen als ‚journalistisch‘ zu gelten haben, wo und wie also die Grenze zwischen Journalismus und anderen Formen öffentlicher Kommunikation zu ziehen ist, nicht allein textbasiert beantwortet werden. In konsequenter Umsetzung einer konstruktivistischen Genretheorie muss die Entscheidung, ob persönliche Blogs aus dem Kriegsgebiet, dokumentarische Erzählungen mit Formen des Re-Enactment oder Tweets

als Äquivalent zum Journalismus gelten können, zu einer Dimension der Bedeutungszuweisung im Rezeptionsprozess werden. Aufgabe einer kulturorientierten Journalistik ist es, den jeweiligen Beitrag dieser unterschiedlichen Elemente im Prozess gesellschaftlicher Selbstverständigung zu bestimmen.

Weiterführende Literatur

- Hepp, A. und Winter, R. (Hrsg.) (2006): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse (3., überarbeitete und erweiterte Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
Der Band liefert eine gelungene Auswahl theoretischer und empirischer Zugänge zu einer Medienanalyse, die sich an theoretischen Konzepten der Cultural Studies orientieren. Sichtbar wird an dieser Zusammenstellung, dass populärkulturelle Medienformate eine zentrale Rolle spielen; einzelne Arbeiten zum Journalismus sind ebenfalls vertreten.
- Lünenborg, M. (2005): Journalismus als kultureller Prozess. Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft. Ein Entwurf. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
Das Buch bietet eine systematische Übertragung des Cultural Studies-approach auf das Feld der Journalismusforschung und behandelt auf dieser Grundlage relevante Forschungsfelder wie Narrativität, Hybridisierung und Unterhaltungsorientierung.
- Renger, R. (2000): Populärer Journalismus. Nachrichten zwischen Fakten und Fiktion. Innsbruck u. a.: Studien Verlag.
Hier wird eine historisch fundierte Analyse von Formen des Boulevardjournalismus geliefert, deren gesellschaftliche Bedeutung in einer kulturorientierten Perspektive erörtert wird.

Literaturverzeichnis

- Ang, I. & Hermes, J. (1994): Gender and/in Media Consumption. In: M.-L. Angerer & J. Dorer (Hrsg.): Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation: Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Wilhelm Braunmüller, 114-133.
- Blöbaum, B. (2004): Organisationen, Programme und Rollen. Die Struktur des Journalismus in systemtheoretischer Perspektive. In: M. Löffelholz (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch (2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 201-215.
- Bleicher, J. K. (1999): Fernsehen als Mythos. Poetik eines narrativen Erkenntnissystems. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Brichta, M. K. (2011): „Love it or loathe it“: Audience responses to Tabloids in the UK and Germany. Bielefeld: transcript.

- Bruck, P. A. & Stocker, G. (1996): Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens. Zur Rezeption von Boulevardzeitungen. Münster: LIT Verlag.
- Bruns, A. (2008): Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage. New York u.a.: Peter Lang.
- Carey, J. W. (1969): The Communications Revolution and the Professionals Communicator. In: *Sociological Review Monographs*, (13), 23-38.
- Carey, J. W. (1989): The Press and Public Discourse. In: *Center Magazine*, 20(2), 4-32.
- Corner, J. (1991): Meaning, Genre and Context: The Problematics of 'Public Knowledge' in the New Audience Studies. In: J. Curran & M. Gurevitch (Hrsg.): *Mass Media and Society*. London u.a.: Arnold, 267-284.
- Dahlgren, P. (1986): Beyond Information: TV News as a Cultural Discourse. In: *Communications*, (12), 125-136.
- Dovifat, E. (1990): Die publizistische Persönlichkeit. Herausgegeben von Dorothee von Dadelsen. Berlin, New York: de Gruyter.
- Fiske, J. (1989): *Understanding Popular Culture*. Boston u.a.: Unwin Hyman.
- Fiske, J. (1987): *Television Culture*. London, New York: Sage.
- Fürsich, E. (2012). Lifestyle Journalism as Popular Journalism: Strategies for Evaluating its Public Role in the Era of Globalization. *Journalism Practice*, 6(1),12-25.
- Günthner, S. & Knoblauch, H. (1994): „Forms are the Food of Faith“. Gattungen als Muster kommunikativen Handelns. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 46(4), 693-723.
- Grossberg, L. 1999: Zur Verortung der Populärkultur. In: R. Bromley, U. Göttlich & C. Winter (Hrsg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: Zu Klampen, 215-236.
- Haas, H. (1999): *Empirischer Journalismus. Verfahren zur Erkundung gesellschaftlicher Wirklichkeit*. Wien u.a.: Böhlau.
- Hall, S. (1973): Encoding and Decoding in Television Discourse. In: *Center for Contemporary Cultural Studies Birmingham: Occasional Papers*, (7), 1-12.
- Hall, S. (1999 [1980]): Kodieren/Decodieren. In: Bromley, R., Göttlich, U. & Winter, C. (Hrsg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: Zu Klampen, 92-110.
- Hallenberger, G. (2002): Fernsehformate und Internationaler Formathandel. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Internationales Handbuch Medien 2002/2003*. Baden-Baden: Nomos, 130-137.
- Hanusch, F. (Hrsg.) (2013). *Lifestyle Journalism*. London: Routledge.
- Hartley, J. (1992): Regimes of Truth and the Politics of Reading: A Blivit. In: J. Hartley (Hrsg.): *Teleology*. London, New York: Routledge, 45-63.
- Hartley, J. (1996): *Popular Reality. Journalism, Modernity, Popular Culture*. London: Edward Arnold.
- Hickethier, K. (1996): *Film- und Fernsehanalyse* (2. Auflage). Stuttgart, Weimar: J. B. Metzler.
- Holly, W. (1993): Zur Inszenierung von Konfrontation in politischen Fernsehinterviews. In: A. Grewenig (Hrsg.): *Inszenierte Information. Politik und Strategie. Kommunikation in den Medien*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 164-197.
- Johnson, R. (1999): Was sind eigentlich Cultural Studies? In: R. Bromley, U. Göttlich & C. Winter (Hrsg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: Zu Klampen, 139-188.
- Keppeler, A. (1994): Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip in der Fernsehunterhaltung. Frankfurt am Main: Fischer.
- Kilborn, R. & Izod, J. (1997): *An Introduction to Television Documentary. Confronting Reality*. Manchester, New York: Manchester University Press.
- Klaus, E. & Lünenborg, M. (2004): Cultural Citizenship. Ein kommunikationswissenschaftliches Konzept zur Bestimmung kultureller Teilhabe in der Mediengesellschaft. In: *M&K – Medien und Kommunikationswissenschaft*, 52(2), 193-213.
- Langenbacher, W. R. (1994): Journalismus als Kulturleistung. Aufklärung, Wahrheitssuche, Realitätserkundung. In: *Aviso*, (11), 7-10.

- Lünenborg, M. (2005): Journalismus als kultureller Prozess. Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft. Ein Entwurf. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lünenborg, M. (2009): Geschlechterordnungen und Strukturen des Journalismus im Wandel. In: M. Lünenborg: Politik auf dem Boulevard? Die Neuordnung der Geschlechter in der Politik der Mediengesellschaft. Bielefeld: transcript, 22-43.
- Lünenborg, M. (2013): Politik, Sport und Krieg nach den Regeln der Medien. Zum Verhältnis von Authentizität, Inszenierung und Öffentlichkeit. In: *Communicatio Socialis*, 46(3-4), 367-378.
- Marshall, T. H. (1992): Bürgerrechte und soziale Klassen. Zur Soziologie des Wohlfahrtsstaates. Frankfurt am Main: Campus.
- Modleski, T. (1982): *Loving with Vengeance. Mass produced Phantasies for Women*. New York u.a.: Methuen.
- Morley, D. & Brunson, C. (1999): *The Nationwide Television Studies*. London: Routledge (Nachdruck von 1980).
- Neverla, I. (1992): Fernseh-Zeit. Zuschauer zwischen Zeitkalkül und Zeitvertreib. Eine Untersuchung zur Fernsehnutzung. Konstanz: UVK/Ölschläger.
- Park, R. E. (1940): News as a form of knowledge. *American Journal of Sociology*, 45, 669-686.
- Prutz, R. E. (1845): *Geschichte des deutschen Journalismus*. 1. Teil. Hannover: C. F. Kius.
- Reus, G. & Reifarth, J. (Hrsg.) (2002): Heinz Knobloch: „Lässt sich das drucken?“ Feuilletons gegen den Strich. Konstanz: UVK Medien.
- Reus, G. (1998): Herr Fuchs im Hühnerhaus. Journalistik als Sozialwissenschaft mit kulturellem Gewissen. In: *Publizistik*, 43(3), 250-261.
- Schmidt, S. J. (1987): Skizze einer konstruktivistischen Mediengattungstheorie. In: *SPIEL*, 6(2), 163-205.
- Schmidt, S. J. & Weischenberg, S. (1994): Mediengattungen, Berichterstattungsmuster und Darstellungsformen. In: K. Merten, S. J. Schmidt & S. Weischenberg (Hrsg.): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 212-236.
- Schneider, I. (2001): Genre und Gender. In: E. Klaus, J. Röser & U. Wischermann (Hrsg.): *Kommunikationswissenschaft und Gender Studies*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 91-102.
- Thompson, E.P. (1980 [1963]): *The Making of the English Working Class*. New York: Vintage Books.
- Williams, R. (1971): *Culture and Society: 1780 – 1950*. Harmondsworth: Penguin.
- Zelizer, B. (2004): *Taking journalism seriously: news and the academy*. London, New York: Sage.