

**Zeitschrift:** Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse  
**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft  
**Band:** - (2002)  
**Heft:** 2

**Artikel:** Mythos Online-Journalismus  
**Autor:** Wyss, Vinzenz  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-790707>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 02.11.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Mythos Online-Journalismus

## 1 Einführung

Die meisten traditionellen Medien Presse, Radio und Fernsehen haben in den letzten Jahren Onlineableger gegründet (vgl. Neuberger 2000a+b; Hänecke 1999, Infrass 1999). Die Strategien, die hinter dem Angebot von Onlinemedien stehen, lassen sich zugespitzt als «Mit-dabei-Sein» oder als «Durchhalten-bis-die-anderen-einknicken» charakterisieren (Quandt 2002b: 103). Aber auch branchenfremde Organisationen und Einzelpersonen ausserhalb des Mediensystems etablieren öffentlichkeitswirksame Informationsangebote im Internet. Mit diesen neuen Angeboten ändern sich auch die Produktions- und Rezeptionsbedingungen für den Journalismus. Im Schnittbereich zwischen den Online-Ablegern traditioneller Medien, den traditionellen Medien selbst und den branchenfremden Kommunikatoren im Internet stellt sich die Frage nach der zukünftigen Rolle des Journalisten und den Funktionen des Journalismus im Online-Bereich. Mit dem Begriff «Online-Journalismus» fällt zwar noch kein neuer Journalismus vom Himmel. Vielmehr «oszillieren gewohnte Schemata und Probleme des traditionellen Journalismus in den Online-Journalismus» (Altmeppen/Bucher/Löffelholz 2000: 8).

Nichtsdestotrotz lassen sich Indikatoren dafür finden, dass der Online-Journalismus andere Gesichtszüge aufweist als der herkömmliche Journalismus. Dies betrifft insbesondere das technische Potenzial des Onlinejournalismus, das mit Stichworten wie Multimedialität, globale Zugänglichkeit, permanente Aktualisierbarkeit, Selektivität, Additivität oder auch Interaktivität umschrieben, bzw. operationalisiert werden kann (vgl. Meier 2002b: 147ff.; Deuze 2002; Neuberger 2000a: 20). Dazu kommen neue ökonomische Randbedingungen aber auch neue Funktionszuschreibungen oder Qualifikationsanforderungen, mit denen Mitarbeiter in so genannten Online-Redaktionen konfrontiert werden, bzw. die aus den Funktionen des «neuen Typs» Journalismus abgeleitet werden können.

### Neues Forschungsfeld

Mit der Ausdifferenzierung eines so genannten Online-Journalismus hat sich der Publizistikwissenschaft und insbesondere der Kommunikatorforschung auch ein neues Forschungsfeld eröffnet. Zukunftstechnologien haben schon immer ihre Propheten gefunden, deren Prognosen prinzipiell in zwei entgegengesetzte Richtungen weisen: Die einen sehen in neuen IuK-Technologien phantastische Möglichkeiten, welche dem Journalismus neue Mittel an die Hand geben, beispielsweise publikumsgerechtere Leistungen anzubieten (vgl. Deuze 1999). Die anderen warnen

vor Gefahren, welche den Journalismus aufzulösen drohen (vgl. Wyss 1997). Die Forschung ist in der Regel von überhöhten Problemlösungserwartungen an den Onlinejournalismus gekennzeichnet. In einer Studie, die im April 2002 in der Zeitschrift «Journalism» veröffentlicht wurde, zieht der Autor Mark Deuze folgenden Schluss: «Online journalists are a distinct group of media professionals, who are able to provide today's overload information landscape with an added value – if given the chance.» (Deuze 2002: 97f.).

Aus den Befunden einer Befragung zum Rollenselbstverständnis und zum Tätigkeitsprofil von Onlinejournalisten wird abgeleitet, dass mit dem Onlinejournalismus ein neuer Typ von Journalismus entsteht, der einer eigenen Medienlogik folgt. Dieser neue Journalismentyp ist nicht nur in der Lage den «Information-Overload» zu bewältigen, sondern den Journalismus auch noch mit einem Zusatznutzen auszustatten. Was sich im Online-Journalismus als Möglichkeit eröffnet, wird hier als Faktizität vorgestellt. Es wird dabei ausgeblendet, dass der Übergang von Möglichkeit zu Faktizität an Bedingungen gekoppelt ist. Auf die Rahmenbedingungen des Online-Journalismus fokussiert sich der vorliegende Beitrag, der unter anderem zeigen wird, dass die bisherigen handlungsbezogenen Ansätze der Kommunikatorforschung zu kurz greifen und daher nicht geeignet sind, die gegenwärtigen Entwicklungen erschöpfend zu beschreiben. Die Analyse der Möglichkeiten und Grenzen des Onlinejournalismus muss auch die begrenzenden und ermöglichenden Strukturen der journalistischen Produktion mit einbeziehen.

## 2 Desiderata bisheriger Forschungsansätze

Das Phänomen Onlinejournalismus hat die publizistikwissenschaftliche Forschung stark angeregt. So beschäftigt sich auch die Kommunikatorforschung mit den Faktoren der Her- und Bereitstellung publizistischer Angebote im Internet, wobei die Berufsgruppe der Journalisten den zentralen Forschungsgegenstand abgibt. Die Fokussierung des Interesses auf die Berufsgruppe der Journalisten erklärt sich aus deren hervorgehobener Rolle für das demokratische Selbstverständnis westlicher Gesellschaften. Zahlreiche Studien der Kommunikatorforschung beschäftigen sich mit der Beschreibung von Qualifikationsprofilen oder Erhebungen zu den Merkmalen und Einstellungen von Onlinejournalisten. Ziel ist meistens die empirische Rekonstruktion von Aufgabenverständnis, Tätigkeitsfeldern und Qualifikationen. In der Kommunikatorforschung, die sich mit Onlinejournalismus beschäftigt, stehen folgende Fragen im Vordergrund (vgl. Deuze 2001):

- Inwiefern unterscheidet sich Onlinejournalismus von anderen Journalismustypen – insbesondere vom Print- und Rundfunkjournalismus?
- Wird der traditionelle Journalismus oder werden die traditionellen Werte und Normen, die damit in Zusammenhang gebracht werden, verschwinden?
- Inwiefern unterscheidet sich das Rollenselbstverständnis von Onlinejournalisten von demjenigen herkömmlicher Journalisten?
- Welche Fertigkeiten und Kompetenzen müssen Onlinejournalisten mit sich bringen, bzw. welchen Qualifikationsanforderungen müssen sie genügen?

Diese Fragestellungen zeigen bereits, dass die neu entstandenen Tätigkeitsfelder im Onlinebereich oft als randständiges Phänomen, d.h. als «an den Rändern ausfransender» Journalismus begriffen wird (vgl. Scholl/Weischenberg 1998: 262ff.). Die Kommunikatorforschung untersucht die neu entstandenen publizistisch relevanten Tätigkeitsfelder primär im Verhältnis zum herkömmlichen Journalismus, der von Print- und Rundfunkmedien hervorgebracht wird (vgl. Engels 2002: 10). Mit der Zwanghaftigkeit, den Onlinejournalismus mit herkömmlichem Journalismus vergleichen zu wollen, stellen sich der Kommunikatorforschung definitorische und empirische Probleme, journalistische Angebote von pseudo- oder prototypischen Angeboten zu trennen (vgl. Neuberger 2001: 120). Dies kann man beispielsweise an dem folgenden mehrstufigen Definitionsversuch von Scholl (1997: 47) ersehen, der den Journalismus sowohl systemtheoretisch als auch empirisch bestimmt:

- Journalismus als (Funktions-)System: Eine abstrakte (ohne Rückgriff auf Akteure) Funktionsbestimmung setzt Systemgrenzen und leitet die weiteren Schritte der Journalismusdefinition bis hin zu deren Operationalisierung.
- Journalismus als organisierte Produktion öffentlicher Aussagen: Auf der organisationalen Ebene werden journalistische Medienorganisationen (Agenturen, Zeitungen, Zeitschriften, Rundfunksender etc.) identifiziert, die wiederum in redaktionelle (Redaktionen oder Ressorts) und andere Organisationseinheiten (Anzeigenabteilung, Technik, Vertrieb etc.) differenziert werden.
- Journalismus als Beruf: Es folgt eine Einengung auf journalistische Arbeitsrollen und die Fokussierung auf professionelle Akteure, die unmittelbar für die redaktionellen Inhalte verantwortlich sind und nach Beschäftigungsverhältnis (frei/fest), hierarchischer Position (Chefredakteur etc.) oder Tätigkeitsrollen (Kolumnist, Korrespondent, Produzent etc.) klassifiziert werden können.
- Journalistische Tätigkeiten: Als letztes Kriterium zur Eingrenzung journalistischer Rollen folgt eine Fokussierung auf journalistische Tätigkeiten wie Recherchieren, Verfassen/Redigieren, Moderieren etc.

Eine Übertragung dieser Definitionsversuche auf den Onlinejournalismus muss zur Folge haben, dass das neue

Tätigkeitsfeld als defizitär qualifiziert wird (vgl. Quandt 2000a: 484f.). So bedeutet journalistische Kommunikation im Allgemeinen massenmedial verbreitete Kommunikation für entsprechend grosse Zielgruppen – für disperse Publika. Demgegenüber wäre beispielsweise das Versenden von Newsletter über E-Mail an einzelne Personen nicht mehr Journalismus. Journalistisch aufbereitete Inhalte werden zudem nicht nur von Medienorganisationen bzw. Redaktionen hervorgebracht. Schliesslich unterscheiden sich die Tätigkeiten von Online-Journalisten von denjenigen der Print-, Radio und TV-Journalisten – zu denken ist hier insbesondere an den erhöhten Stellenwert technischer und gestalterischer Arbeiten oder an die Ausübung von Marketingaktivitäten.

Man kann an den bisherigen Ausführungen bereits ersehen, dass die in der publizistikwissenschaftlich basierten Kommunikatorforschung angewandten Erklärungsmodelle an Grenzen stossen, wenn es darum geht, die neuen Qualifikationsanforderungen der Onlinejournalisten zu identifizieren. Die Forschung läuft bei der Analyse des Onlinejournalismus Gefahr, die Altlasten der traditionellen Kommunikatorforschung auf den neuen Forschungsgegenstand zu übertragen. Verschafft man sich einen Überblick über die bisherigen Studien, so fällt eine Dichotomisierung zwischen theorieloser Empirie und empirieloser Theorie auf (vgl. Quandt 2000a: 495f.).

#### Gatekeeper- und Berufsforschung

Der Forschungszweig der Gatekeeper-Forschung erfährt ein Revival, weil man davon ausgeht, dass durch die Zugänglichkeit von immensen fast unbegrenzten Informationen im Internet die Notwendigkeit besteht, Informationen für den Endnutzer zu selektieren. Dafür werden Journalisten als Gatekeeper benötigt, die ihre Rolle in der kontrollierten Selektion und in der glaubwürdigen Interpretation eines unüberschaubaren Volumens an zugänglichen Informationen zu sehen haben. Hinter dem Gatekeeper-Konzept steht jedoch ein subjektgebundenes Ja/Nein-Entscheidungsmodell, das organisationale Bedingungen weitgehend ausblendet (Quandt 2000a: 496ff.; Rühl 1998: 19).

Auch die soziologische Professionalisierungsforschung, die in der Kommunikatorforschung nie so recht auf Touren gekommen ist, wird kaum mit den organisationalen Strukturen der Arbeitsplätze in Beziehung gesetzt und führt somit auch für den Bereich Onlinejournalismus zu keinen Vergleichbarkeiten (Rühl 1998: 19). Die Professionalisierungsforschung ist ein Teil der Berufsforschung, die zwar – auch für den Bereich Onlinejournalismus – eine Fülle von empirischer Daten generiert hat, diese aber nicht theoriegeleitet interpretieren kann. Wir wissen beispielsweise aus Befragungen einiges über die Tätigkeitsprofile von Onlinejournalisten im Vergleich zu herkömmlichen Journalisten:

- Sie finden vergleichsweise wenig Zeit für das Schreiben und Redigieren eigener Beiträge oder für die Recherche.

Offenbar sind sie vor allem damit beschäftigt, Texte auszuwählen (Neuberger 2000a: 34ff.; Mehlen 1999: 101):

- Generell fällt auf, dass Online-Journalisten auch für nicht-journalistische Angebote zuständig sind. Während sich die inhaltliche Gestaltung von Serviceangeboten noch dem Journalismus im weiteren Sinne zurechnen lässt, werden sie bei der inhaltlichen Gestaltung von Werbung, Anzeigen, E-Commerce und Kundenauftritten zweifellos berufsfremd eingesetzt. Rollen- und Normenkonflikte scheinen hier unausweichlich (Neuberger 2000c).
- Eine neue journalistische Tätigkeit, die bereits einen hohen Stellenwert besitzt, ist das Bearbeiten und Beantworten von E-mails. Hinzugekommen ist ausserdem die Betreuung und Moderation von Foren und Chats (Kuhnke 1998).
- In berufssoziologischer Hinsicht kann insgesamt festgehalten werden, dass Online-Journalisten relativ jung, männlich, wenig berufsspezifisch ausgebildet und wenig erfahren, sowie eher Quereinsteiger sind (Neuberger 2000a: 35).

### Journalistische Kompetenz

Auf der Grundlage einer Expertenbefragung haben Weischenberg/Altmeyen/Löffelholz (1994) grundlegende berufliche Kompetenzen und Qualifikationsprofile identifiziert. «Qualifikationen lassen sich als qualitative und quantitative Beschaffenheiten des Arbeitsvermögens, genau genommen der Befähigung zur Erfüllung betrieblicher Anforderungen definieren» (Götzenbrucker 2000: 55). Sie unterscheiden im Hinblick auf Fragen der Qualifizierung und Rekrutierung für Journalisten zwischen Fach-, Vermittlungs- und Sachkompetenz und sozialer Orientierung (vgl. Abb. 1)

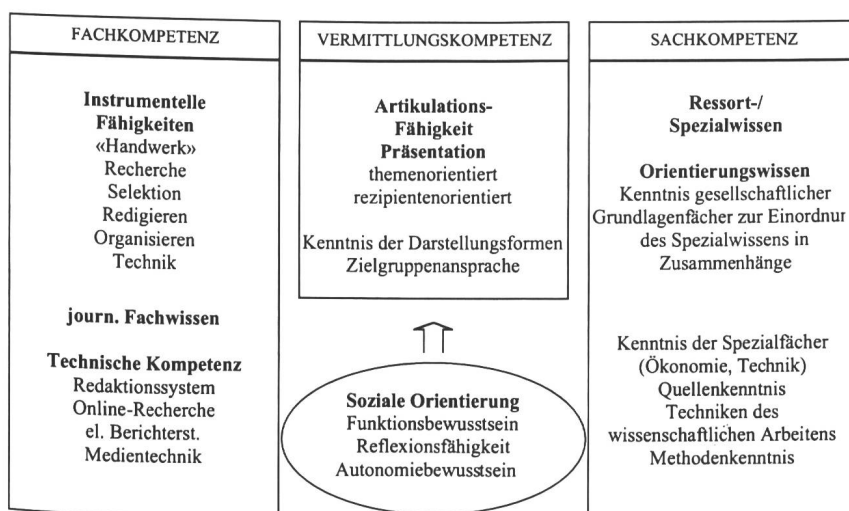


Abb. 1: Journalistische Kompetenz  
 Quelle: in Anlehnung an Weischenberg/Altmeyen/Löffelholz (1994: 207)

Das Kompetenzraster von Weischenberg/Altmeyen/Löffelholz (1994: 207ff.) hat die Kommunikatorforschung angeregt. Es liegen in der Literatur bereits eine Vielzahl von Aufzählungen vor, die erforderliche berufliche Fähigkeiten, Fertigkeiten und Qualifikationsanforderungen des idealen

Onlinejournalisten im Unterschied zum herkömmlichen Journalisten betreffen (vgl. auch Loosen/Weischenberg 2002: 98). So wird etwa prognostiziert, dass – insbesondere bei kleineren Redaktionen – Schnittstellen-Qualifikationen an Bedeutung gewinnen, wodurch Abgrenzungen zu anderen Tätigkeiten (Technik, Gestaltung, Produktion, Marketing) unscharf werden (vgl. Engels/Hasebrink 1998: 334ff.). Veränderungen sind auch erkennbar im Hinblick auf die soziale Orientierung und auf das berufliche Selbstverständnis. Dies vor allem deshalb, weil die Abgrenzung zur Marketingfunktion unklar bleibt. Des Weiteren wird hervorgehoben, dass eine erfolgsversprechende Online-Variante eher service- denn lektürezentriert ist und sich einem maximalen Aktualitäts- und verschärftem Wettbewerbsdruck zu unterwerfen hat (vgl. Götzenbrucker 2000). Neu dazu kommen auch durchdachte Textorganisation, vernetztes Denken, Dialogbereitschaft mit Internetnutzern und die Fähigkeit, technologische Umsetzungspotenziale zu erkennen (vgl. Meier/Perrin 2000). Die Liste kann beliebig fortgeführt werden – beispielsweise können Qualitäten wie Teamfähigkeit oder die Bereitschaft zur Zusammenarbeit mit nichtjournalistischen Rollenträgern (Marketing, Technik etc.) hinzugezählt werden.

Die neuen Aufgabenfelder sind keinesfalls einheitlich und eindeutig zu bezeichnen. Deutlich wird jedoch insgesamt die klare Ausrichtung auf primär technologische Komponenten und die Notwendigkeit einer Publikumsorientierung. Entsprechend fehlen denn auch nicht Kassandrarufer, dass klassische Fach- und Sachkompetenzen von technischer und Vermittlungskompetenz absorbiert würden. Es wird davor gewarnt, dass sich in den neuen Kommunikationsberufen Dequalifizierungs- und Deprofessionalisierungstendenzen abzeichnen würden (vgl. Götzenbrucker 2000).

### Überhöhte Erwartungen

Die dem Onlinejournalismus zugeschriebenen Kompetenzzuschreibungen sind meist normativ geprägt und lassen weitgehend sowohl eine theoretische als auch eine empirische Fundierung vermissen. Ein Beispiel soll dies noch verdeutlichen: Hooffacker/Stuiber (2002: 116) fassen die «idealtypischen» Qualifikationsmerkmale des Onlinejournalisten wie folgt zusammen: «Er oder sie recherchiert (online wie mit klassi-

schischen Medien), trifft Kooperationspartner auf Messen und Meetings, organisiert, schreibt schnell und sicher, arbeitet multimedial, redigiert und bearbeitet digital, kommt mit der Technik klar, denkt ökonomisch und versteht, unter Zeitdruck effektiv zu arbeiten.»

Es lässt sich feststellen, dass sowohl die Qualität von Onlineangeboten als auch die abverlangten Kompetenzen von Onlinejournalisten häufig nach einem technischen Imperativ beurteilt werden. Es wird erwartet, dass ein guter Onlinejournalismus das technische Potenzial des Internet in jeder Hinsicht ausschöpfen muss. Diese Sichtweise blendet nicht nur die subjektiven Erwartungen der Online-Nutzer aus (vgl. Quandt 2002a: 497f.), sondern vernachlässigt auch weitere strukturell gegebene – oder eben fehlende – Spielräume aus, die Onlinejournalisten zur Verfügung stehen. Zu denken ist da vor allem an organisationale und ökonomische Rahmenbedingungen. Ein Grossteil der Journalismusforschung, die sich mit dem Onlinejournalismus beschäftigt, konzentriert sich auf das vorfindbare Handeln der Akteure in Onlineredaktionen (vgl. Neuberger 2000a: 18). Noch zu wenig in Betracht gezogen wurden bisher die Randbedingungen journalistischen Handelns in Onlineredaktionen. Es wird weitgehend ausgeblendet, dass journalistisches Handeln stark durch organisationale Strukturen beeinflusst wird: durch Organisationsziele, Rollen, Normen und Entscheidungsprogramme.

Es ist doch aber plausibel: nur dann wenn man die Randbedingungen – die begrenzenden und ermöglichenden Strukturen der journalistischen Produktion im Onlinebereich in die Analyse mit einbezieht, kann man allenfalls erklären, warum der Onlinejournalismus das Potenzial hat, den Journalismus zu verändern oder warum der Onlinejournalismus eben doch eher unterentwickelt ist – und welche Voraussetzungen für eine Verbesserung der Situation gegeben sein müssten. Zudem muss auch beachtet werden, dass die Strukturen (wie z.B. technische Mittel, Produktionsprozesse, Regeln, Normen, Wissen etc.) im Onlinebereich nicht das Werk unbeeinflusster Kräfte sind, sondern wiederum aus dem Handeln der sie anwendenden Akteure resultieren.

### 3 Plädoyer für strukturationstheoretische Perspektiven

Fruchtbarer sind hier duale Theorien, die sowohl Handlungs- als auch Struktur Aspekte berücksichtigen, Theorien also, die akteurorientierte Elemente mit systemischen Elementen verbinden (vgl. Quandt 2002a: 239f.). Ihr Potenzial liegt darin, dass sie die wechselseitige Bedingtheit von Handeln und Regeln des Handelns sowie von Handeln und Ressourcen des Handelns beschreiben und analysieren können. Duale Theorien vermeiden auf diese Weise sowohl einen reduktionistischen Individualismus als auch ein zu starres Strukturdenken. Der Theorie der Strukturation von Anthony Giddens (1997 [1988]) kommt diesbezüglich grosses Potenzial zu. Die Strukturationstheorie wurde ursprünglich als Sozialtheorie konzipiert. Wie Ortman/Sydow/Windeler (1997) zeigen,

lässt sich die Theorie auf das Handeln in Organisationen wie beispielsweise Redaktionen anwenden. Organisationen sind nach strukturationstheoretischer Auffassung als «Systeme organisierten Handelns» (ebenda: 317) zu verstehen. Im Zentrum der Theorie steht die Frage, wie das Zustandekommen und die Wirkung «objektiver» Strukturen – beispielsweise von redaktionellen Konzepten oder von organisationalen Normen – erklärt werden kann, die zwar durch menschliches Handeln erzeugt werden, den einzelnen Akteuren aber als fremder Zwang gegenüber treten und ihr Handeln bestimmen.

Die Strukturationstheorie kann dabei herangezogen werden, organisationale Regeln und Ressourcen zu identifizieren, die strukturiertes Handeln ermöglichen und beschränken. Sets von Regeln und Ressourcen nennt Giddens (1997: 67) Strukturmomente, auf die sich handelnde Akteure in Organisationen beziehen und die erst durch das Handeln der Akteure (re-)produziert werden. Die Theorie kann die Basis für ein grundlegendes Verständnis des Verhältnisses von Handlung und Struktur bieten. Er sieht in Struktur und Handlung nicht einen Dualismus, sondern vielmehr ein Verhältnis gegenseitiger Bedingtheit von Struktur und Handlung. Strukturen sind also zugleich Mittel und Resultat des Handelns. Sie werden durch menschliches Handeln (re-)produziert und begrenzen bzw. ermöglichen gleichzeitig Handeln.

Die Strukturen sozialer Systeme bestehen nach Giddens (1997: 81) zum einen aus Regeln der Sinnkonstitution, die Verständigung steuern (Signifikation), und aus Regeln der Sanktionierung, die zur Rechtfertigung von »korrektem« Handeln herangezogen werden (Legitimation). Zum anderen identifiziert Giddens autoritative und allokativen Ressourcen der Herrschaft. Damit sind einerseits die Fähigkeiten und Kapazitäten gemeint, die die Machtausübung über andere Menschen ermöglichen (z.B. Produktionsabläufe); und andererseits die Möglichkeiten, über materielle

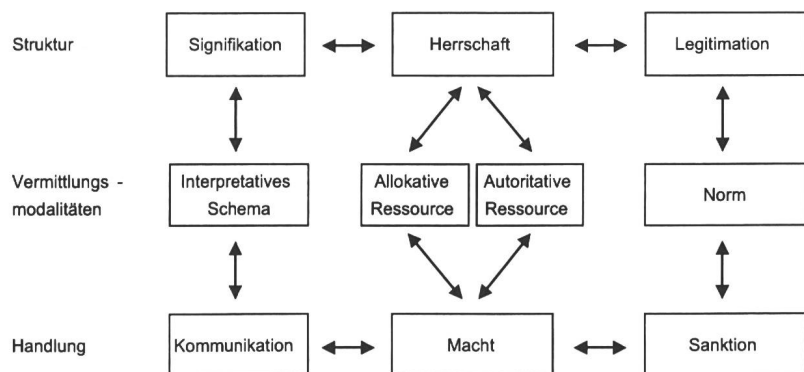


Abb. 2: Dimensionen der Dualität von Struktur  
Quelle: Giddens (1997: 81)

Ressourcen zu verfügen (z.B. Budgetzuweisungen). Diese Dimensionen der Dualität von Struktur veranschaulicht Giddens mit Abb. 2.

Dem Konzept der Dualität von Struktur zufolge sind die Regeln der Sinnkonstitution und der Legitimation sowie autoritative und allokativen Ressourcen einerseits Medium des Handelns und andererseits auch das Produkt des Handelns. Diese Strukturen korrespondieren auf der Handlungsebene mit Kommunikation, Sanktionierung und Machtausübung. Die Vermittlung von Struktur und Handeln erfolgt über die sogenannten Modalitäten. Sie kommen zum Ausdruck in interpretativen Schemata, Normen und Faszilitäten der Machtausübung (Machtmittel). Alles organisationale Handeln spielt sich also in allen drei Dimensionen des Sozialen ab. Ortman/Sydow/Windeler (1997: 324) betonen denn auch, dass Normen von Deutungsmustern abhängen und umgekehrt. Die Deutungsmuster werden durch Machtausübung etabliert und können umgekehrt auch Mittel der Machtausübung sein. Was als legitim gilt, hängt ebenso von Machtverhältnissen ab, wie umgekehrt Normen als Machtmittel eingesetzt werden können. Alle drei Strukturdimensionen (Sinn-, Herrschafts- und Legitimationsaspekte) fließen in das Handeln der Akteure ein und werden durch das Handeln (re-)produziert.

#### 4 Theoretische Umsetzung

Soll Onlinejournalismus in seinem organisationalen Kontext beschrieben und analysiert werden, so wird ein Forschungsansatz benötigt, der den Journalismus in Onlineredaktionen in der wechselseitigen Bezugnahme von Struktur und Handlung beschreiben und analysieren kann (vgl. Quandt 2002a: 239ff.; Engels 2002: 17f.). Die Strukturtheorie ist in der Lage, die strukturbildenden Aspekte von redaktionellen Handlungen genau so zu berücksichtigen wie die handlungsbegrenzenden und handlungsermöglichenden Momente von Strukturen auf den Onlinejournalismus. Die Theorie ermöglicht es, Onlinejournalismus und seine sozialen Praktiken in der Dualität von Struktur und Handeln zu konzeptualisieren und über das Konzept der Modalitäten empirisch zugänglich zu machen. Aus einer so theoretisch und empirisch gesättigten Analyse können dann Qualifikationsanforderungen an den Onlinejournalismus abgeleitet werden, die sich zwar noch immer auf das Handeln beziehen, Strukturaspekte aber auch mit berücksichtigen (vgl. Abb. 3). Was kann nun die Strukturtheorie zur Untersuchung von redaktionell strukturierter Erwerbsarbeit in Redaktionen beitragen? Inwiefern ist sie in der Lage Qualifikationsanforderungen als Beschaffenheiten des Arbeitsvermögens in Onlineredaktionen zu identifizieren?

##### Sinnstrukturen

Zunächst macht die Strukturtheorie deutlich, dass Onlinejournalismus selbst ein Deutungsmuster darstellt und spezifische Sinnstrukturen aufweist, in denen eine bestimmte Art von Journalismus organisiert, legitimiert und in der Praxis durchgesetzt wird. Eine Möglichkeit solche

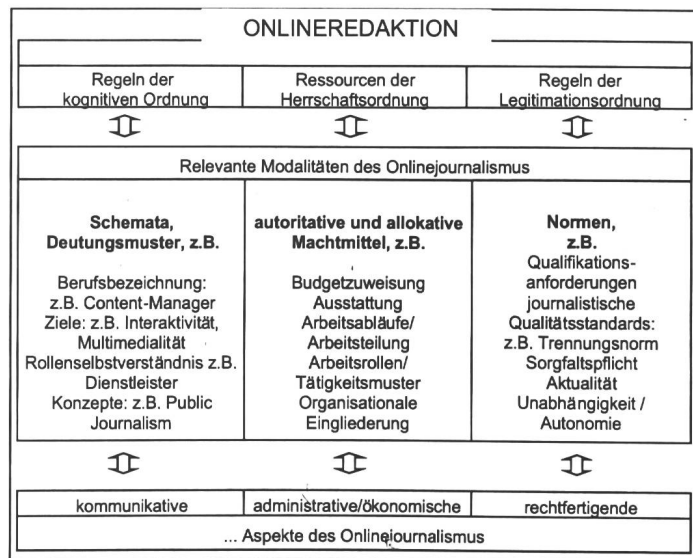


Abb. 3: Modalitäten des Onlinejournalismus

Sinnstrukturen zu identifizieren, dürfte über die Analyse von Rollenselbstbildern, bestimmter journalistischer Leitbilder und Konzepte oder typischer Tätigkeitsbezeichnungen erfolgen. Mit der regelmässigen Anwendung entsprechender interpretativer Schemata werden Arbeitsaufgaben organisiert. Forschungsrelevant dürfte bereits das Kriterium sein, in welchem Masse sich in Onlineredaktionen einheitliche Tätigkeitsbezeichnungen als Kommunikationsgrundlage durchgesetzt haben.

Für die Tätigkeiten im Onlinebereich etablieren sich denn auch verschiedenste Bezeichnungen wie Online/Multimedia/Internet-Journalist, -Redaktor, -Autor, -Texter, -Editor, -Producer, -Moderator, Projectmanager, Konzeptioner, Screen Designer, Content-Produzent, Content-Manager oder technischer Redaktor (vgl. Hummel/Götzenbrucker 1997: 192). Diese semantische Breite repräsentiert jedoch noch keineswegs standardisierte inhaltliche Vorstellungen der Tätigkeitsbereiche.

Die journalistische Arbeit in Onlineredaktionen wird zudem durch ein spezifisches Profil von Rollenbildern strukturiert. So hat eine Befragung von Online- und anderen Journalisten aus herkömmlichen Redaktionen ergeben, dass diese sich zum Teil in ihrem Rollenselbstverständnis unterscheiden (Deuze 2002). Die Onlinejournalisten artikulieren auf der Ebene der Sinnstiftung einen hohen Stellenwert einer interaktiven Beziehung mit einem möglichst grossen Publikum. Weniger bedeutend sind vergleichsweise herkömmliche journalistische Rollenbilder wie Kritiker, Kommentator, oder Agenda-Setting-Funktionen.

Dem entspricht auch die hohe Relevanz von Interaktivität als Deutungsmuster. Der Online-Journalist soll dem Publikum die Möglichkeit geben, auf sein Angebot zu reagieren, möglichst schnell mit dem Journalisten in Kontakt zu treten. Die so genannte Usability Forschung soll

den Anbietern Informationen liefern, die aufzeigen, wie die Angebote aus der Sicht des Nutzers verbessert werden könnten. Dem hyperaktiven Publikum sollen sich durch die Teilnahme an Umfragen über das Verfassen von Leser-E-Mails, die Teilnahme an Newsgroups und in Chatrooms ganz neue interaktive Potentiale eröffnen. Interaktivität zielt darauf, den User teilnehmen zu lassen (vgl. Quandt 2002a: 497). Es wird davon ausgegangen, dass der direkte Kontakt mehr Ideen für Geschichten fördert, die direkt das Publikum betreffen. Diese Zielsetzung konfrontiert den Onlinejournalisten mit ganz neuen Anforderungen.

### **Normen**

In den Zielen und Anforderungen werden auch normative Aspekte des Onlinejournalismus deutlich. Normen werden für Rechtfertigungen des redaktionellen Handelns herangezogen. Eine der wichtigsten Sanktionsmöglichkeiten bildet die Formalisierung der Qualifikationsanforderung durch nachweisbare Bildungsabschlüsse, die den Zugang zum Beruf kontrollieren (vgl. Engels 2002: 19). Es kann angenommen werden, dass der Formalisierungsgrad in Onlineredaktionen noch tiefer ist als in herkömmlichen Redaktionen.

In der Dimension der Legitimation soll untersucht werden, inwieweit sich berufliche, das heisst redaktionsübergreifende Normen herausbilden, die den besonderen Bedingungen des Internets angepasst sind (vgl. Neuberger 2000a: 37f.). Es handelt sich dabei um handwerkliche Regeln aber auch um inhaltliche Qualitätsstandards, die beispielsweise in Lehrbüchern als kodifizierte Regeln des Journalismus genannt werden. Es geht um die Frage, inwiefern herkömmliche journalistische Qualitätsstandards als Normen akzeptiert und zur Sanktionierung herangezogen werden.

Auf mögliche Normenkonflikte im Onlinejournalismus wurde in der Literatur schon oft hingewiesen (vgl. Neuberger 2000b: 361). Uneinigkeit herrscht beispielsweise in der Frage, ob Journalisten im Kundenauftrag Webseiten gestalten dürfen. Befragungen zeigen, dass auch die Zustimmung zu der Regel, dass Verbrauchertipps der Redaktion nicht direkt mit passenden Verkaufsangeboten verbunden werden sollen. Mit diesen Beispielen ist die herkömmliche berufliche Norm der Trennung von redaktionellem und kommerziellem Teil angesprochen. Wie kann der Journalismus unbeeinflusst bleiben und seine Glaubwürdigkeit nicht gefährden, wenn es gleichzeitig ein Prinzip des Onlinejournalismus sein soll, beispielsweise in Reisereportagen auch den entsprechenden Link zum Reiseveranstalter anzubieten (Dusseldorf/Scullion/Bierhof, 1999).

Eine Frage die die Forschung im Normenkontext beschäftigt lautet: durch welche Regeln kann auch im Internet, in dem es von Gerüchten und Unwahrheiten wimmelt, die

journalistische Sorgfaltspflicht erfüllt oder Objektivität noch hergestellt werden, wenn ja gerade die Verlinkung von zahllosen Inhalten unterschiedlichster Quellen zu einem typischen Prinzip des Onlinejournalismus werden soll? Die Sorgfaltspflicht ist deshalb herausgefordert, weil Informationen, die in Chats, Foren, Archiven und externen Links kursieren, kaum mehr journalistischen Prüfprogrammen unterzogen werden können. Als Beispiel dafür wird immer wieder die Clinton/Lewinski-Story herangezogen, deren Ursprung auf die persönliche Website «The Drudge Report» des inzwischen berühmt/berüchtigten Matt Drudge zurückgeht (vgl. Neuberger 2001: 121). Die Sorgfaltspflicht konfliktiert auch mit der Norm der zeitgleichen Vermittlung von Informationen.

### **Machtmittel**

Eine Antwort auf die Frage, weshalb sich bestimmte Deutungsmuster wie «Interaktivität» oder «Multimedialität» in der sozialen Praxis nicht so durchsetzen, wie dies die Technik eigentlich zulassen würde, kann die Analyse der ökonomischen und politischen Machtverhältnisse und Interessendurchsetzungen bei der Etablierung des Onlinejournalismus leisten. Als ein wichtiges Machtmittel gilt die Arbeitsorganisation. In den arbeitsteiligen Abläufen verstetigen sich Organisationslösungen, indem Aufgabenbündel zu Arbeitsrollen gerinnen. Eine relevante Fragestellung muss also sein, ob in Onlineredaktionen kleinteilig auf Spezialistenrollen zugeschnittene Arbeitsrollen die Regel sind oder ob unklare Verantwortungsbereiche und Generalistenrollen überwiegen. Erste Ergebnisse zeigen, dass sich die meisten Onlinejournalisten als Generalisten einschätzen (Quandt 2002b: 100f.). Eine Arbeitsteilung in den Redaktionen und damit eine Differenzierung in unterschiedliche Arbeitsrollen ist denn auch weniger häufig anzutreffen als Arbeitsprogramme nach dem Motto «jeder macht alles», wie wir es vor allem vom kommerziellen Rundfunk her kennen (vgl. Altmeyden 1999: 179).

Die Analyse im Bereich der Herrschaftsstrukturen fokussiert auch die organisationale Einbindung der Onlineredaktion in die Gesamtorganisation. Noch sind die Internet-Aktivitäten im Online-Bereich von Presse, Radio und Fernsehen kaum mehr als Anhängsel des Mutter-Mediums. Sie dienen dort oft primär einer Marketingfunktion (vgl. Neuberger 200a; 1999; 1997). So konnte Schmitt (1998) mit einem Vergleich zwischen den beiden Internet-Diensten des ZDF (ZDF.online und heute.online) zeigen, wie unterschiedlich Online-Journalismus organisiert und betrieben wird. Zu unterscheiden sind danach Onlineredaktionen, die mit einem programmbegleitenden Angebot primär in dienender Rolle eine Marketingfunktion ausüben und solche, die programmgänzend in eigenständiger Funktion tatsächlich Nachrichtenjournalismus im klassischen Sinn anbieten (vgl. auch Wilke/Joho 2000 zu den Arbeitsweisen in Onlineredaktionen am Beispiel des ZDF).

## 5 Mythen des Onlinejournalismus

Die strukturtheoretische Perspektive auf den Forschungsgegenstand Onlinejournalismus stärkt den Blick für Diskrepanzen zwischen Seins- und Sollensaussagen. So manches Potemkische Dorf wird um das Phänomen Onlinejournalismus aufgebaut. Die strukturtheoretische Analyse hilft dabei, neben den Handlungsaspekten auch Strukturaspekte nicht ausser Acht zu lassen. Im Folgenden soll am Beispiel der für den Onlinejournalismus zentralen Deutungsmuster «Interaktivität» und «Multimedialität» gezeigt werden, dass wir es mit Mythen zu tun haben, die einer strukturtheoretisch fundierten Analyse nicht standhalten.

### Mythos Interaktivität

Das Deutungsmuster Interaktivität zielt auf die Schaffung von Möglichkeiten, direkt mit den Usern in Kontakt zu treten. Die Orientierung an Publikumsvorlieben kommt in einem besonderen Verständnis von Journalismus zum Ausdruck, das in den USA seine Wurzeln hat. Das daran gekoppelte Journalismus-Konzept wird mit «Public» oder «Civic Journalism» umschrieben. Die Untersuchung der Sinnhorizonte des Onlinejournalismus wird damit mit einem Journalismuskonzept konfrontiert, das bisweilen im herkömmlichen Journalismus in Europa nur eine marginale Rolle gespielt hat. Mit dem Public Journalism (auch Civic oder Community Journalism) wird im Onlinejournalismus ein Journalismuskonzept propagiert, das die lösungsorientierte Dienstleisterrolle in den Vordergrund rückt (vgl. Quandt 2000c).

Es wird davon ausgegangen, dass das Netz stärker als herkömmliche Medien Community Building ermöglicht und damit das Zusammenrücken von Kommunikatoren und Rezipienten fördert. Der Kommunikator soll mit dem Rezipienten stärker in einen Dialog treten. Das Konzept Public Journalism verfolgt einen lösungsorientierten Ansatz, indem seine Agenda vom Diskussions- und Aufklärungsbedarf der Bürger, und nicht von der politischen Elite oder von Experten, bestimmt wird.

In der Literatur zur Online-Kommunikation wird immer wieder darauf hingewiesen, dass durch die Erweiterung der Kommunikationsmodi im Internet das einseitige Sender-Empfänger-Prinzip aufgelöst werden kann. Erwartungsvoll konfrontieren beispielsweise Bardoel/Deuze (1999) den Online-Journalismus mit der Chance, sich stärker mit den Zielen des «Public Journalism»-Konzeptes zu identifizieren, das den Journalismus nicht mehr als «Top-down-Profession» versteht, sondern stärker die Perspektiven der (emanzipierten) Bürger zum Ausgangspunkt nimmt.

Im Online-Bereich können tatsächliche Innovationsleistungen in dieser Hinsicht jedoch kaum beobachtet werden.

So hat beispielsweise die Generierung von Plattformen für bestimmte Communities noch kaum Bedeutung im Online-Journalismus (vgl. Neuberger 2000a). Schmitt (1998) stellt in ihrer Studie über MSNBC Interactive fest, dass die dort arbeitenden Online-Journalisten zwar entsprechende Umfragen und Chats veranstalteten, mit dem Feedback aber nicht in Berührung kommen, also das Potenzial der Interaktivität kaum ausschöpfen. Schmitt (1998: 324) deklariert denn auch Interaktivität als «Mittel der Öffentlichkeitsarbeit».

Ob also der Onlinejournalismus das Potenzial der Online-Techniken für die Durchsetzung des Public Journalismus-Konzeptes einsetzt ist eher fraglich. Es gibt eine grosse Diskrepanz zwischen den Erwartungen, die an den Onlinejournalismus hinsichtlich Interaktivität herangetragen werden und dem, was in Inhaltsanalyse tatsächlich feststellbar ist. Die vorhandenen Studien zeigen, dass es primär um die Optimierung der Webseiten-Gestaltung geht. Das Angebot beschränkt sich zudem auf die Bereitstellung externer Links, Newsletters, Redaktions-E-mails, Gewinnspiele, Suchfunktionen, Chats, Gästebücher oder Bewertungslisten. Von Interaktion kann aber erst dann die Rede sein, «wenn ein menschliches Gegenüber auf eine Anfrage individuell reagiert» (Neuberger 1999: 40). Ob tatsächlich eine Interaktion zustande kommt, entscheidet jedoch nicht die Technik sondern dies hängt von den Beteiligten ab.

Die strukturtheoretische Perspektive schärft den Blick dafür, dass die Durchsetzung des Konzeptes Public Journalism von Ressourcen abhängig ist, die aber in den seltensten Fällen in Onlineredaktionen vorfindbar sind. Zu denken ist dabei nicht nur an Budgetzuweisungen oder Personalausstattung. Auch die Differenzierung von Arbeitsrollen und die Möglichkeiten der Teambildung in so genannten Projektredaktionen sind wesentliche Voraussetzungen dafür (vgl. Meier 2002a).

Das Deutungsmuster Interaktivität verursacht zudem Normenkonflikte. So widerspricht die Vorstellung eines «ungefilterten» Dialogs der Sorgfaltspflicht. Das Konzept des Public Journalism konfliktiert auch mit der journalistischen Norm der Objektivität, weil mit dem Konzept das Rollenbild eines aktiven partizipierenden Dialogorganisations propagiert wird. Und schliesslich tangiert die völlige Ausrichtung der Agenda an Publikumsbedürfnissen auch die journalistische Norm der Autonomie.

### Mythos vielfältige Multimedialität

Die Befunde der Kommunikatorforschung zeigen, dass der Journalist als «Eier legende Wollmilchsau» kein prinzipielles Phänomen im Online-Journalismus ist, «sondern eine Folge ökonomischer Rahmenbedingungen und strategischer Entscheidungen in den Medienhäusern» (Quandt 2002b: 100). Der immer wieder propagierte «Multimedia-Journalist»,



der ebenso HTML programmieren kann wie journalistische Artikel schreiben und gleichzeitig auch noch Marketingaufgaben übernimmt, ist «eine Erscheinung von ökonomisch wie personell eher schwach ausgestatteten Redaktionen» (ebenda). In personell besser besetzten Redaktionen kommt es durchaus zu einer Arbeitsteilung, die zu einer Reduktion der technischen Aufgaben bei Onlinejournalisten führt, da spezialisierte Techniker oder Webmaster diese Tätigkeiten übernehmen.

Die Durchsetzung des sinnstiftenden Deutungsmusters «Multimedialität» stösst in den Herrschafts- und Legitimationsstrukturen der Onlineredaktionen an Grenzen. So zeigen die Befunde der Kommunikatorforschung, dass der Abnabelungsprozess von den Muttermedien Zeitung, Zeitschrift, Radio und Fernsehen noch andauert (vgl. Neuberger 2000a). Die Onlineredaktionen der traditionellen Massenmedien verfolgen dabei crossmediale Kooperationsstrategien, und zielen auf «Doppelnutzer» von Online-Angebot und Muttermedium oder «Probenutzer». Onlinejournalismus dient dann primär als Lockvogel, der für das Muttermedium Publika gewinnen soll (vgl. Neuberger 2001). Der Stellenwert von vorproduzierten Texten ist entsprechend gross. Auch der erhöhte «Aktualitätsdruck» und eine hohe Arbeitsgeschwindigkeit fördern nicht die multimediale Produktion. Die Redaktionen müssen sich entscheiden wofür sie ihre personellen und ökonomischen Ressourcen einsetzen: für noch rasanteres Bearbeiten von zugeliefertem Material oder für die Vertiefung mit Hintergrundinformationen und entsprechenden Verlinkungen und Verdichtungen. Je stärker der ökonomische wie zeitliche Freiraum ist, desto stärker können sich die Online-Journalisten auch eigenen Recherchen widmen (vgl. Quandt 2002b).

## 6 Ausblick

Journalistisches Handeln in Onlineredaktionen wird durch Strukturen ermöglicht und begrenzt, wobei das Handeln selbst diese Strukturen (re)produziert. Die soziale Praktik des Onlinejournalismus kommt in der regelmässigen Anwendung von Modalitäten (Deutungsmuster, Normen, Machtmittel) der Signifikations-, Legitimations- und Herrschaftsordnung zum Ausdruck. Unter Rückgriff auf die Strukturierungstheorie muss die Analyse von Qualifikationsanforderungen in Onlineredaktionen die unterschiedliche Relevanz von Regeln und Ressourcen aufarbeiten. Die Analyse muss sich auf alle drei Dimensionen des Sozialen beziehen und Möglichkeiten der strukturellen Kopplung mit einbeziehen. Soziale Praktiken setzen sich dann am besten durch wenn sie in allen drei Strukturordnungen «viabel» – d.h. kompatibel – sind. Nur dann ist es möglich, Antworten auf die Frage zu erhalten, warum Onlinejournalismus unterentwickelt ist, und was sich ändern müsste, damit dieser neue Typ «eine Chance» hat.

**Dr. des. Vinzenz Wyss** ist Forschungsleiter am Institut für Angewandte Medienwissenschaft IAM der Zürcher Hochschule Winterthur und wissenschaftlicher Mitarbeiter am IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich.

*vwyss@ipmz.unizh.ch*

## Literatur

- Altmeppen, Klaus-Dieter (1999): Redaktionen als Koordinationszentren. Beobachtungen journalistischen Handelns. Opladen.
- Altmeppen, Klaus-Dieter/Bucher, Hans-Jürgen/Löffelholz, Martin (Hrsg.): Online-Journalismus: Perspektiven für Wissenschaft und Praxis. Opladen.
- Bardoel, Jo/Deuze, Mark (1999): «Network Journalism»: Converging Competences of Old and New Media Professionals. May 1999. In: <http://home.pscw.uva.nl/deuze/publ9.htm>, 24. Mai 2002.
- Deuze, Mark (1999): Journalism and the Web. An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment. In: *Gazette*, Vol. 61, H. 5, S. 373–390.
- Deuze, Mark (2001): ejournalist. Understanding the Impact of the Internet On New Media Professionalism, Mindsets and Buzzwords. In: <http://www.ejournalism.au.com/ejournalist/deuze.pdf>, 24. Mai 2002.
- Deuze, Mark (2002): Online Journalists in the Netherlands. Towards a profile of a new profession. In: *Journalism*, Vol. 3, H. 1, S. 85–100.
- Dusseldorp, Monique van, Scullion, Róisín/Bierhof, Jan (1999): The future of the printed press challenges in a digital world. European Journalism Centre (online). Maastricht. In: <http://www.ejc.nl/np/fpp/contents.html>, 24. Mai 2002.
- Engels, Kerstin (2002): Kommunikationsberufe im sozialen Wandel. Kommunikationstheoretische Überlegungen zur Veränderung institutioneller Strukturen erwerbsorientierter Kommunikationsarbeit. In: *M&K*, 50. Jg., H. 1, S. 7–25.
- Engels, Kerstin/Hasebrink, Uwe (1998): Expertise zum Qualifikationsbedarf für Journalisten im Online-Bereich. Unveröff. Expertise im Auftrag der Medienstiftung Hamburg. Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg.
- Giddens, Anthony (1997 [1984]): Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung. (3. Aufl.; deutsche Übersetzung der englischen Originalausgabe «The Constitution of Society»). Cambridge 1984) Frankfurt/New York.
- Götzenbrucker, Gerit (2000): Transformationsprozesse des Online-Journalismus. Technologische, organisatorische und qualifikatorische Hintergründe. In: Altmeppen, Klaus-Dieter/ Bucher, Hans-Jürgen/ Löffelholz, Martin (Hrsg.): Online-Journalismus: Perspektiven für Wissenschaft und Praxis. Opladen, S. 49–70.
- Häneck, Frank (1999): Das Internet-Engagement der elektronischen Medien in der Schweiz. Schottikon.
- Hooffacker, Gabriele / Stuibler, Irene (2002): Ausbildung von Online-Journalisten. In: *M&K*, 50. Jg., H. 1, S. 115–124.
- Hummel, Roman / Götzenbrucker, Gerit (1997): Wenig lernen – alles können. Empirische Ergebnisse zur Entwicklung von Multimediaberufen in Österreich. In: *SWS*, H.2, S. 191–205.
- INFRAS Medienforschung (1999): Internet und Medienperspektiven. Auswirkungen des Internets auf die Schweizer Medienlandschaft. Zürich.
- Kuhnke, Michael (1998): Online-Redaktionen deutscher Medienunternehmen. Selbstbild, Einstellungen und soziale Lage von Online-Journalisten im Vergleich zu Journalisten klassischer Massenmedien. Unveröff. Diplomarbeit Journalistik Hannover.

- Mehlen, Matthias (1999): Die Online-Redaktionen deutscher Tageszeitungen. Ergebnisse einer Befragung von Projektleitern. In: Neuberger, Christoph/Tonnemacher, Jan (Hrsg.): *Online – Die Zukunft der Zeitung? Das Engagement deutscher Tageszeitungen im Internet*. Opladen, S. 88–123.
- Meier, Klaus (2002a): Ressort, Sparte, Team. Wahrnehmungsstrukturen und Redaktionsorganisation im Zeitungsjournalismus. Konstanz.
- Meier, Klaus (2002b): Herausforderungen des Internet-Journalismus. Das neue Medium denken lernen. In: Altmeppen, Klaus-Dieter/Hömborg, Walter (Hrsg.): *Journalistenausbildung für eine veränderte Medienwelt*, S. 145–155.
- Meier, Klaus/Perrin, Daniel (2000): Praxistraining Internet-Journalismus. Vernetztes Texten Lehren. In: Altmeppen, Klaus-Dieter/Bucher, Hans-Jürgen/Löffelholz, Martin (Hrsg.): *Online-Journalismus: Perspektiven für Wissenschaft und Praxis*. Opladen, S. 297–313.
- Neuberger, Christoph (1997): Die deutschen Tageszeitungen im World Wide Web. Redaktionen, Nutzer, Angebote. In: *Media Perspektiven*, H. 12, S. 652–662.
- Neuberger, Christoph (1999): Nachrichten-Recycling oder Online-Journalismus? Print- und Onlineversion von Tageszeitungen im Vergleich. In: Neuberger, Christoph/Tonnemacher, Jan (Hrsg.): *Online – Die Zukunft der Zeitung? Das Engagement deutscher Tageszeitungen im Internet*. Opladen, S. 241–264.
- Neuberger, Christoph (2000a): Renaissance oder Niedergang des Journalismus? Ein Forschungsüberblick zum Online-Journalismus. In: Altmeppen, Klaus-Dieter/Bucher, Hans-Jürgen/Löffelholz, Martin (Hrsg.): *Online-Journalismus: Perspektiven für Wissenschaft und Praxis*. Opladen, S. 15–48.
- Neuberger, Christoph (2000b): Journalismus im Internet: Auf dem Weg zur Eigenständigkeit? Ergebnisse einer Redaktionsbefragung. In: *Media Perspektiven*, H. 7, S. 310–318.
- Neuberger, Christoph (2001): In der Abwärtsspirale. In: *message*, H. 4, S. 118–122.
- Neuberger, Christoph (2002): Online-Journalismus: Akteure, redaktionelle Strukturen und Berufskontext. Ergebnisse einer Berufsfeldstudie. In: *M&K*, 50. Jg., H. 1, S. 102–114.
- Ortmann, Günther/Sydow, Jörg/Windeler, Arnold (1997): Organisation als reflexive Strukturierung. In: Ortmann, Günther/Sydow, Jörg/Türk, Klaus (Hg.): *Theorien der Organisation. Die Rückkehr der Gesellschaft*. Opladen, S. 315–354.
- Quandt, Thorsten (2000a): Das Ende des Journalismus? Online-Kommunikation als Herausforderung für die Journalismusforschung. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. Wiesbaden, S. 483–509.
- Quandt, Thorsten (2000b): Pole Position auf dem Information Highway? Online-Journalismus in den USA. In: Altmeppen, Klaus-Dieter/Bucher, Hans-Jürgen/Löffelholz, Martin (Hrsg.): *Online-Journalismus. Perspektiven für Wissenschaft und Praxis*. Wiesbaden, S. 347–369.
- Quandt, Thorsten (2002a): Virtueller Journalismus im Netz? Eine strukturierungstheoretische Annäherung an das Handeln in Online-Redaktionen. In: Baum, Armin/Schmidt, Siegfried (Hrsg.): *Fakten und Fiktionen. Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten*. Konstanz, S. 233–253.
- Quandt, Thorsten (2002b): Steter Aktualisierungsdruck. In: *message*, H. 2, S. 100–103.
- Rühl, Manfred (1998): Publizistische Arbeit im Internet. In: Dernbach, Beatrice/Rühl, Manfred/Theis-Berglmair, Anna Maria (Hrsg.): *Publizistik im vernetzten Zeitalter. Berufe – Formen – Strukturen*. Opladen, S. 17–42.
- Schmitt, Christine (1998): Produktion von Nachrichten im Internet. Eine Untersuchung am Beispiel von MSNBC Interactive. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): *Nachrichtenproduktion im Mediensystem. Von den Sport- und Bilddiensten bis zum Internet*. Köln, S. 293–330.
- Scholl, Armin (1997): Journalismus als Gegenstand empirischer Forschung: Ein Definitionsvorschlag. In: *Publizistik*, 42. Jg., H. 4, S. 468–486.
- Scholl, Armin/Weischenberg, Siegfried (1998): *Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie*. Opladen.
- Weischenberg, Siegfried/Altmeppen, Klaus-Dieter/Löffelholz, Martin (1994): *Die Zukunft des Journalismus. Technologische, ökonomische und redaktionelle Trends*. Opladen.
- Wiebke, Loosen/Weischenberg, Siegfried (2002): Das Drehkreuz der Redaktion. Kompetenz-Dimensionen des «Datenbank-Journalismus». In: *M&K*, 50. Jg., H. 1, S. 93–101.
- Wilke, Jürgen/Joho, Christina (2000): Journalistische Arbeitsweisen in Internetredaktionen am Beispiel ZDF. In: Altmeppen, Klaus-Dieter/Bucher, Hans-Jürgen/Löffelholz, Martin (Hrsg.): *Online-Journalismus: Perspektiven für Wissenschaft und Praxis*. Opladen, S. 95–106.
- Wyss, Vinzenz (1997): Welche Veränderungen resultieren aus der Informationsgesellschaft für den Journalismus? In: *Medienwissenschaft Schweiz*, H. 2, S. 14–18.
- Wyss, Vinzenz (2000): Online-Journalismus in Europa. das Beispiel Schweiz. In: Altmeppen, Klaus-Dieter/Bucher, Hans-Jürgen/Löffelholz, Martin (Hrsg.): *Online-Journalismus: Perspektiven für Wissenschaft und Praxis*. Opladen, S. 335–346.