

Sophie Katharina Schindler

Social Media und Journalismus

Eine qualitative Befragung von Journalistinnen und Journalisten zur
Bedeutung von Social Media für Recherche und Berichterstattung

POLITISCHE KOMMUNIKATION

herausgegeben von Prof. Dr. Frank Brettschneider

ISSN 2195-1500

- 1 *Markus S. Müller*
Die Stimmen der Anderen – Presseschauen als Wegbereiter
einer europäischen Öffentlichkeit?
Brücken in ausländische Medienarenen als Mittel zur Reduzierung
des europäischen Demokratiedefizits
ISBN 978-3-8382-0420-8

- 2 *Justina Bülow*
Pflege(notstand) in Deutschland
Eine Inhaltsanalyse von Medien-Frames
ISBN 978-3-8382-1710-9

- 3 *Sophie Katharina Schindler*
Social Media und Journalismus
Eine qualitative Befragung von Journalistinnen und Journalisten zur
Bedeutung von Social Media für Recherche und Berichterstattung
ISBN 978-3-8382-1816-8

Sophie Katharina Schindler

SOCIAL MEDIA UND JOURNALISMUS

Eine qualitative Befragung von Journalistinnen und
Journalisten zur Bedeutung von
Social Media für Recherche und Berichterstattung

ibidem
Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

Bibliographic information published by the Deutsche Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie; detailed bibliographic data are available in the Internet at <http://dnb.d-nb.de>.

Covergrafik: © Tony Hegewald / PIXELIO

ISBN-13: 978-3-8382-1816-8

© *ibidem*-Verlag, Stuttgart 2023

Alle Rechte vorbehalten

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und elektronische Speicherformen sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in or introduced into a retrieval system, or transmitted, in any form, or by any means (electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise) without the prior written permission of the publisher. Any person who does any unauthorized act in relation to this publication may be liable to criminal prosecution and civil claims for damages.

Printed in the EU

Inhaltsverzeichnis

Abstract	9
Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	11
1 Einleitung	13
1.1 Relevanz und Problemstellung.....	13
1.2 Ziel und Aufbau der Arbeit.....	15
2 Theoretische Grundlagen	17
2.1 Theoretische Verortung in der Journalismusforschung .	17
2.1.1 Theoretische Einordnung im Forschungsfeld der Kommunikationswissenschaft und der Journalismusforschung	17
2.1.2 Definition und Funktionen von Journalismus	20
2.1.3 Die journalistische Recherche	22
2.1.4 Nachrichtenauswahl im Journalismus.....	24
2.1.5 Qualität im Journalismus.....	27
2.2 Theoretische Verortung in der Social-Media-Forschung .	30
2.2.1 Entwicklung und aktueller Stand von Social Media	30
2.2.2 Beschreibung der relevanten Social-Media- Plattformen	31
2.2.3 Forschungsstand Social Media und Journalismus .	32
2.2.4 Verhältnis von Social Media und Journalismus	39
2.3 Forschungsfragen	40
3 Methodisches Vorgehen	43
3.1 Methode	43
3.2 Aufbau des Leitfadens	45
3.3 Auswahl und Beschreibung der Stichprobe	49
3.4 Durchführung der Experteninterviews	52
3.4.1 Pretest	52

3.4.2	Untersuchungsdurchführung	53
3.5	Auswertung	56
3.5.1	Auswertungsinstrument qualitative Inhaltsanalyse	56
3.5.2	Bestimmung der Analyseeinheiten und der Analysetechnik	57
3.5.3	Ablauf der Analyse	62
3.6	Gütekriterien	62
4	Ergebnisse	65
4.1	Die Bedeutung von Social Media für die journalistische Recherche	65
4.1.1	Social-Media-Recherche	65
4.1.2	Journalistische Themen – gezielte Suche oder Zufallsfund?	71
4.1.3	Vor- und Nachteile der Social-Media-Recherche ..	72
4.1.4	Regeln für die Social-Media-Recherche	79
4.2	Die Rolle von Social Media für die Berichterstattung.....	80
4.2.1	Nachrichtenauswahl	81
4.2.2	Journalistische Qualität	83
4.2.3	Vor- und Nachteile der Berichterstattung über Social Media	85
4.3	Social-Media-Dienste für die Recherche	91
4.4	Akteurinnen/ Akteure und Themen	95
4.4.1	Akteurinnen/ Akteure auf Social Media	95
4.4.2	Themen auf Social Media	98
4.5	Der journalistische Arbeitsprozess	99
4.6	Die Zukunft des journalistischen Arbeitsprozesses	100
5	Schlussbetrachtung	103
5.1	Diskussion	103
5.2	Fazit	107
5.3	Limitation und zukünftige Forschung	109

6 Literaturverzeichnis	113
Anhang 1: Anschreiben und Aufruf	119
Anhang 2: Leitfaden.....	121
Anhang 3: Codebuch.....	125
Anhang 4: Transkripte.....	221

Abstract

Journalistinnen/Journalisten stehen eine Vielzahl von Social-Media-Plattformen zur Verfügung. Diese Plattformen sind ein alltägliches Werkzeug und liefern eine große Bandbreite verschiedener Themen und Akteurinnen/Akteuren. Vorangegangene Studien beschränkten sich auf oberflächliche Analysen. Das bedeutet, dass häufig nur einzelne Aspekte oder Social-Media-Plattformen abgefragt wurden. Mit der vorliegenden Studie wird deshalb die bestehende Forschung vertieft und erweitert. Es gilt herauszufinden, wie Social Media von Journalistinnen/Journalisten genutzt und in den Arbeitsprozess einbezogen werden. Im Fokus der Arbeit stehen daher vier Fragen:

1. Welche Bedeutung haben Social Media für die Recherche von Journalistinnen/Journalisten?
2. Welche Rolle spielen Social Media für die Berichterstattung von Journalistinnen/Journalisten?
3. Welche Social-Media-Dienste werden für die Recherche und Berichterstattung herangezogen?
4. Welche Akteurinnen/Akteure und Themen in Social Media spielen für die Recherche und Berichterstattung eine Rolle?

Um diese Fragen zu beantworten, wurden qualitative Leitfadenterviews mit 16 Journalistinnen/Journalisten geführt. Der semi-strukturierte Leitfaden thematisiert die Aspekte Recherche, Qualität der Berichterstattung, eigene Kommunikation und Zukunft des journalistischen Arbeitsprozesses. Zur Auswertung der Aussagen der 16 Journalistinnen/Journalisten wurde die inhaltlich strukturierende sowie die evaluative Inhaltsanalyse genutzt und mit MAXQDA Analytics Pro 2022 umgesetzt. Es zeigte sich unter anderem, dass Facebook, Instagram und Twitter am häufigsten für die unterschiedlichen Recherchezwecke genutzt werden und dass Social Media die Nachrichtenauswahl beeinflussen. Relevante Akteurinnen/Akteure auf Social Media sind (nachrichtliche) Medienformate, Expertinnen/Experten, andere Journalistinnen/Journa-

listen, Personen des öffentlichen Lebens, Politiker/-innen und Kommunen. Trend-Themen werden am ehesten auf Social Media betrachtet und Social-Media-Beiträge werden zum Ausschmücken von journalistischen Inhalten verwendet. Die Studie enthält jedoch keine exakt quantifizierbaren Ergebnisse und ist dadurch nicht repräsentativ. Weitere vertiefende Forschung in diesem Bereich sollte quantitativ und mit einer größeren Stichprobe geschehen.