

Mobiler Journalismus

Angebote, Produktionsroutinen und redaktionelle Strategien deutscher Print- und Rundfunkredaktionen

Bearbeitet von
Prof. Dr. Cornelia Wolf

1. Auflage 2014. Buch. 403 S. Softcover
ISBN 978 3 8487 1414 8

[Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Medienwissenschaften > Journalismus & Presse](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of varying sizes, arranged in a slight arc. Below the main text, the words 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' are written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.



Cornelia Wolf

Mobiler Journalismus

Angebote, Produktionsroutinen und redaktionelle Strategien deutscher Print- und Rundfunkredaktionen



Nomos

Der Journalismus ist Chronist des Tagesgeschehens und Seismograf der Gesellschaft. Er fokussiert die Aufmerksamkeit und moderiert den öffentlichen Diskurs. Lange Zeit hatte der Journalismus eine unangefochtene Position. Dies hat sich in den letzten Jahren geändert: Digitale Medien, der Wandel der Publikumsbedürfnisse und ein wachsender ökonomischer Druck haben zu einem Umbruch geführt. Gleichzeitig nimmt die Bedeutung der Medien für die Gesellschaft zu. Der Journalismus ist treibende Kraft dieser Medialisierung.

In der Reihe AKTUELL erscheinen Arbeiten, in denen die Neuorientierung des Journalismus wissenschaftlich begleitet wird. Die Reihe ist ein Forum der akademischen Debatte. Sie versammelt Untersuchungen, in denen der Journalismus in all seinen Facetten theoretisch und empirisch analysiert wird. Die Studien liefern außerdem der Praxis Denkanstöße und tragen zur öffentlichen Debatte über seine Rolle in der Mediengesellschaft bei.

Schriftenreihe „Aktuell. Studien zum Journalismus“

herausgegeben von

Prof. Dr. Andrea Czepek

Prof. Dr. Ralf Hohlfeld

Prof. Dr. Frank Lobigs

PD Dr. Wiebke Loosen

Prof. Dr. Klaus Meier

Prof. Dr. Christoph Neuberger

Band 8

Cornelia Wolf

mobiler Journalismus

Angebote, Produktionsroutinen und
redaktionelle Strategien deutscher
Print- und Rundfunkredaktionen



Nomos

Veröffentlichung mit finanzieller Unterstützung der Universität Passau.

© Titelbild: fotolia.com

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

Zugl.: Passau, Univ., Diss., 2014

u.d.T.: „Die Institutionalisierung von Mobilem Journalismus. Theoretische und empirische Exploration der Etablierung redaktioneller Ordnungs- und Darstellungsprogramme“

ISBN 978-3-8487-1414-8 (Print)

ISBN 978-3-8452-5465-4 (ePDF)

1. Auflage 2014

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2014. Printed in Germany. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	13
1. Einleitung	17
1.1 Theoretische Bezüge der Arbeit und Forschungsziele	18
1.2 Forschungsstand	21
1.3 Methodisches Vorgehen und Aufbau der Arbeit	23
1.4 Mobiler Journalismus vs. Mobile Journalisten	24
2. Vom Knochen zum Smartphone – Die Evolution des Ubiquitous Computing	26
2.1 Die Geschichte mobiler Kommunikation	28
2.1.1 Internationale Frühphase des Mobilfunks	29
2.1.2 Phase I: Mobilfunk der ersten Generation	33
2.1.3 Phase II: Mobilfunk der zweiten Generation	35
2.1.4 Phase III: Mobilfunk der dritten Generation	37
2.1.5 Phase IV: Mobilfunk der vierten Generation	44
2.2 Die Ära des Ubiquitous Computing	47
2.2.1 Mobile Endgeräte	50
2.2.2 Mobiles Internet	52
2.2.3 Apps	56
2.3 Zwischenfazit: Zentrale theoretische Befunde I	58
3. Institutionalisierte Journalismus – Prozesse der Etablierung neuer Medien	60
3.1 Journalismus und Medium – Klärung zentraler Begriffe	62
3.1.1 Journalismusbegriff	63
3.1.2 Medienbegriff	67
3.2 Medienschemata im Journalismus	73
3.2.1 Die Schematheorie	74
3.2.2 Medienschemata	75
3.2.3 Das Trägheitsprinzip des Journalismus	79
3.3 Technische Potenzialanalyse des Mobiljournalismus	84
3.3.1 Multimedialität	85

Inhaltsverzeichnis

3.3.2 Aktualität	87
3.3.3 Additivität	88
3.3.4 Interaktivität	89
3.3.5 Selektivität	91
3.3.6 Ständige Konnektivität	92
3.3.7 Ubiquität	92
3.3.8 Kontextsensitivität	93
3.3.9 Intuitive Bedienbarkeit	94
3.3.10 Playfulness	97
3.4 Zwischenfazit: Zentrale theoretische Befunde II	99
4. Rahmenbedingungen eines Mobilen Journalismus – Forschungsstand	102
4.1 Wandel der Produktionsbedingungen	105
4.1.1 Ausgangspunkt Digitalisierung	106
4.1.2 Content Management Systeme	108
4.1.3 Crossmediale Redaktionsorganisation	110
4.1.4 Entscheidungsprogramme im Mobilen Journalismus	116
4.2 Wandel der ökonomischen Randbedingungen	124
4.2.1 Entwicklung der Werbeeinnahmen	127
4.2.2 Die Suche nach zukunftsfähigen Erlösmodellen	128
4.2.3 Mobiler Journalismus als ökonomische Chance	132
4.3 Wandel der Medienrezeption	136
4.3.1 Entwicklung der Auflagen/Reichweiten klassischer Medien	138
4.3.2 Nutzung von mobilem Internet und Apps	141
4.3.3 Die Rolle journalistischer Apps im Medienrepertoire	145
4.4 Zwischenfazit: Zentrale theoretische Befunde III	147
5. Merkmale journalistischer Apps – Qualitative Vorstudien	149
5.1 Erwartungen der Rezipienten – Qualitative Inhaltsanalyse	151
5.1.1 Untersuchungsziel und Forschungsfrage	152
5.1.2 Grundgesamtheit und Auswahlinheit	153
5.1.3 Auswahl der Analyseeinheiten	156
5.1.4 Analyse des Datenmaterials	157
5.2 Relevante Eigenschaften aus Nutzersicht – Ergebnisdarstellung	157
5.2.1 Gebrauchsfähigkeit	158
5.2.2 Qualität und Quantität der Berichterstattung	162
5.2.3 Online- und Mobilspezifika	165
5.2.4 Endgerätespezifika	180
5.2.5 Medienschemata	185
5.2.6 Erlösmodell	188

5.2.7 Zusammenfassung der Erkenntnisse	195
5.3 Innovative Schemata – Qualitative Merkmalsanalyse	197
5.3.1 Untersuchungsziel und Forschungsfrage	197
5.3.2 Definition der Auswahleinheit	197
5.3.3 Auswahl der Analyseeinheiten	200
5.3.4 Analyse des Datenmaterials	202
5.4 Bedien- und Darstellungskonzepte – Ergebnisdarstellung	202
5.4.1 Mobile Usability – intuitive Bedienbarkeit	203
5.4.2 Mobile Storytelling – Darstellungsformen	210
5.4.3 Werbung	217
5.4.4 Zusammenfassung der Erkenntnisse	218
5.5 Zwischenfazit: Zentrale empirische Befunde I	220
6. Mobiler Journalismus in Deutschland – Forschungsdesign	222
6.1 Forschungsleitende Frage und Hypothesenbildung	223
6.2 Untersuchungsdesign	229
6.2.1 Methodenwahl	230
6.2.2 Grundgesamtheit der Untersuchungen	232
6.3 Die quantitative Redaktionsbefragung	236
6.3.1 Operationalisierung	237
6.3.2 Sample	255
6.3.3 Pretest	256
6.3.4 Durchführung	257
6.4 Die quantitative Inhaltsanalyse	258
6.4.1 Operationalisierung	259
6.4.2 Sample	270
6.4.3 Auswahl der Analyseeinheiten	272
6.4.4 Pretest	274
6.4.5 Durchführung	276
6.5 Zwischenfazit: Zentrale empirische Befunde II	276
7. Redaktionelle Ordnungsprogramme im Mobilien Journalismus – Ergebnisse	278
7.1 Etablierung von Apps als technisches Medium	279
7.2 Erkennen der Notwendigkeit eigener Medienschemata	287
7.3 Durchsetzung neuer Formen der Redaktionsorganisation	291
7.4 Institutionalisierung von Ordnungsprogrammen	295
7.5 Zusammenfassung der Ergebnisse	310
7.7 Zwischenfazit: Zentrale empirische Befunde III und Methodenkritik	313

Inhaltsverzeichnis

8. Redaktionelle Darstellungsprogramme im Mobilen Journalismus – Ergebnisse	316
8.1 Mangel eigenständiger Darstellungsprogramme	317
8.2 Nutzung des technischen Potenzials nach Muttermedien	329
8.3 Unterscheidbarkeit der Erlösmodelle	343
8.4 Zusammenfassung der Ergebnisse	349
8.5 Zwischenfazit: Zentrale empirische Befunde IV und Methodenkritik	352
9. Fazit	355
Literaturverzeichnis	365

Der Anhang ist online verfügbar unter: <http://www.nomos-shop.de/22719>