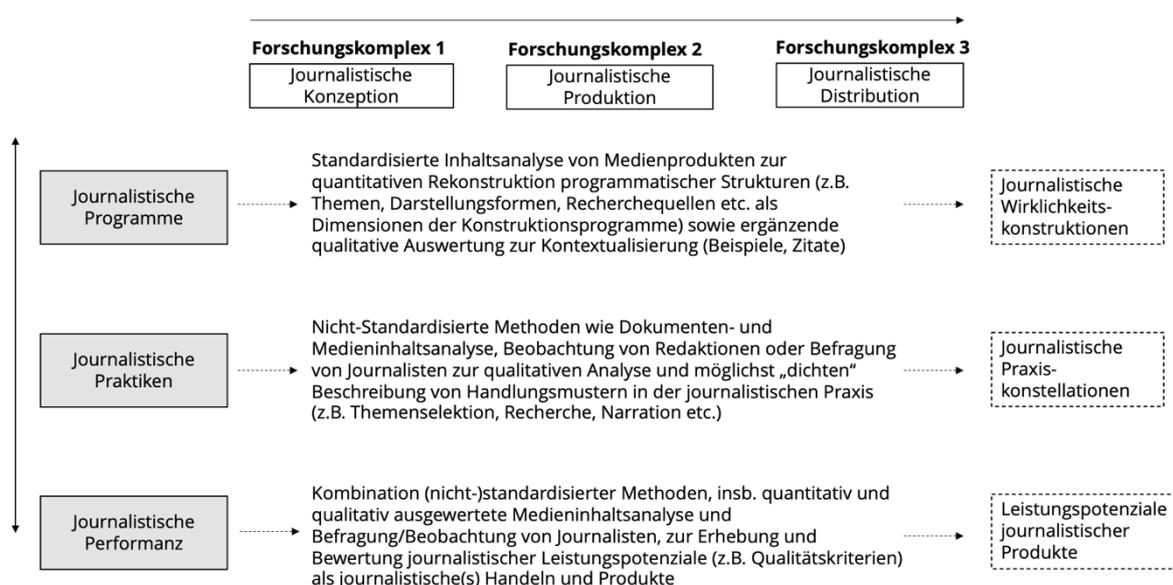


Das „strategische Ritual“ der Subjektivität – Muster, Mechanismen und Merkmale subjektiv-journalistischer Formatierung in den Presenter-Reportagen des Content-Netzwerks *funk*

Der Beitrag argumentiert vor dem Hintergrund eines integrativen Theorieansatzes sowie einer praxisrelevanten Hintergrundfolie zur Untersuchung eines subjektiven Journalismus, dass in Presenter-Reportagen des öffentlich-rechtlichen Content-Netzwerks *funk* ein „strategisches Ritual“ der Subjektivität beobachtet werden kann. Auf allen Ebenen eines Konzepts des subjektiven Journalismus (als Programm, Praxis und Leistungspotenzial) weisen empirische Befunde auf Muster Mechanismen und Merkmale hin, mit denen Reporter:innen analog zu Tuchman (1972) und Wahl-Jorgensen (2013) den Anschein des Subjektiven erzeugen – dass sie also keine distanzierten, sondern persönlich involvierte, aktiv teilnehmende Beobachter der zu berichtenden bzw. erzählenden Wirklichkeit sind, um junge Zielgruppen anzusprechen und journalistische Inhalte über soziale Netzwerke zu vermitteln.

Während die Renaissance der Subjektivität im Journalismus in der Praxis konstatiert (vgl. Weidenfeld 2017; Buschkotte 2023; Schneider 2023) und von der Journalistik begleitet wird (vgl. Steensen 2017; Schultz 2021; Wahl-Jorgensen 2020; Habers/Broesma 2014), steht eine systematische Untersuchung und Konzeption eines subjektiven Journalismus bislang noch aus. Im Rahmen eines übergeordneten Forschungsprojektes wurde ein integrativer Theorie-rahmen und eine praxisrelevante Hintergrundfolie entwickelt, vor dem subjektive Journalisten analysiert und interpretiert werden können: Während subjektiver Journalismus theoretisch als Figuration des subjektiven Handelns in der journalistischen Praxis gefasst wird (vgl. die hierfür integrierten Ansätze von Reinemann/Baugut 2016, Hepp et al. 2021 und Buschow 2018), lässt sich in diesen Rahmen eine Hintergrundfolie einhängen, die Konzepte wie den subjektiven Journalismus anhand seiner Programmen (strukturell), Praktiken (handelnd) und Performanz (qualitativ) dimensioniert und entlang der Prozesse der Konzeption, Produktion und Distribution von Inhalten zu vermessen vermag (vgl. Abb. 1).

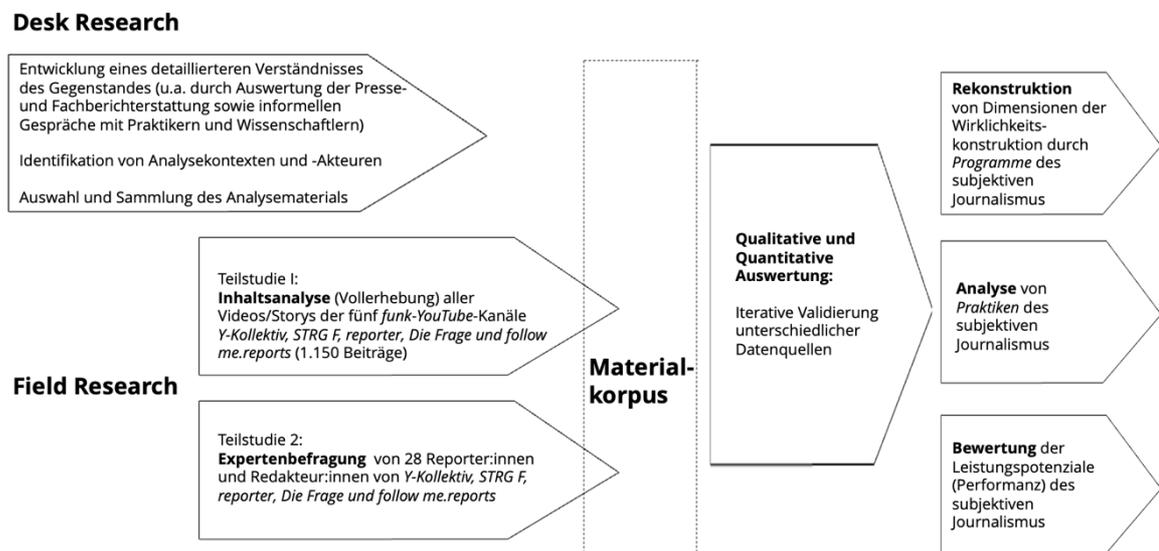
Abbildung 1: Hintergrundfolie und Untersuchungsmatrix für Journalismuskonzepte anhand von Forschungskomplexen (horizontal), -Dimensionen (vertikal) und möglicher -methoden (eigene Darstellung)



Diese theoretischen wie konzeptionellen Vorarbeiten leitete eine umfassende empirische Untersuchung des subjektiven Journalismus an, die anhand von explizit subjektiven Presenter-Formaten des öffentlich-rechtlichen Content-Netzwerks *funk* als Orte eines solchen neuen

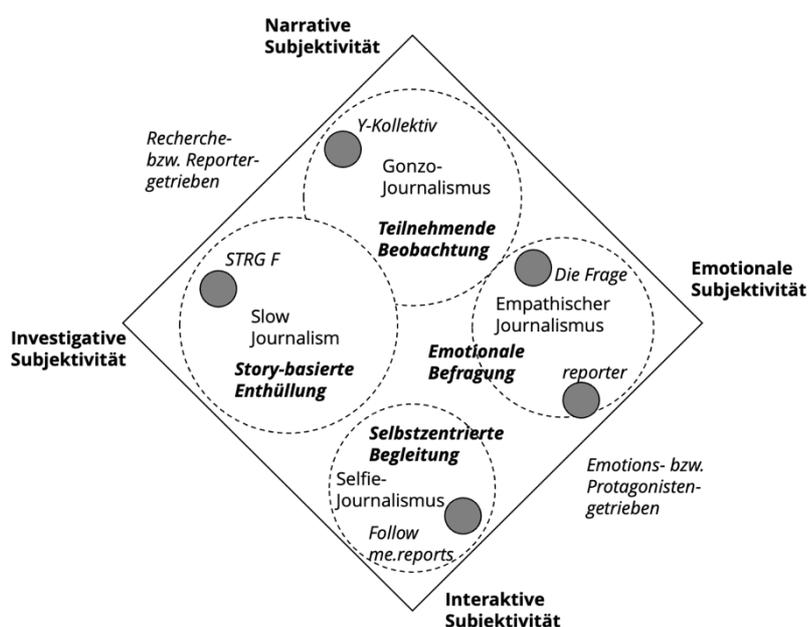
„Neuen Journalismus“ eine qualitative und quantitative Inhaltsanalyse von 1.150 Videos mit 28 Leitfadenterviews mit Journalist:innen trianguliert, um die übergeordnete Forschungsfrage, *wie subjektiver Journalismus soziale Wirklichkeit konstruiert, praktiziert wird und welche Leistungspotenziale er realisiert*, zu beantworten (vgl. Abb. 2)

Abbildung 2: Struktur und Verlauf der empirischen Untersuchung (eigene Darstellung)



Anhand der empirischen Ergebnisse lassen sich auf der Ebene der Programme u.a. Gonzo-Journalismus, Slow Journalism und ein Selfie-Journalismus differenzieren, für die jeweils spezifische Praxiskonstellationen (z.B. teilnehmende Beobachtung, story-basierte Enthüllung oder selbstzentrierte Begleitung) ebenso charakteristisch sind, wie unterschiedliche Potenziale von Subjektivität (z.B. narrative, investigative oder partizipative; vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Programme, Praktiken und Leistungspotenziale im Spektrum des subjektiven Journalismus (eigene Darstellung auf Basis des empirischen Materials)



Der Vortrag fokussiert vor diesem Hintergrund auf Muster, Mechanismen und Merkmale, die in allen drei Dimensionen des Journalismus-Konzepts für den repetitiven Einsatz von Subjektivität in den untersuchten Formaten sprechen:

- In der Dimension des Programms des subjektiven Journalismus zeigt sich, dass die Reportagen nahezu durchgehend explizite Meinung der Reporter:innen (95 Prozent) und subjektive Tendenzen (98 Prozent) einbinden. Dass Reporter:innen und/oder Protagonist:innen in den Beiträgen ganz überwiegend die zentralen Informationsquellen (75 Prozent) und vor der Kamera handelnden Akteure darstellen (85 Prozent), unterstreicht die strukturelle Subjektivität ebenso wie das dominante Berichterstattungsmuster des radikal subjektiven *New Journalism*, das in 76 Prozent der untersuchten Beiträge vorkommt.
- In der Dimension journalistischer Praxis ist charakteristisch, dass journalistische Praktiken wie Thematisierung, Recherche, Storytelling, Präsentation oder Interaktion mit der Zielgruppe durchgängig subjektiv gewendet werden, d.h. strukturationstheoretisch gesprochen: auf jene Regeln und Ressourcen zurückgreifen, die Subjektivität betonen: So greifen die Reporter:innen für Praktiken wie (1) Aufträgen der Mission, (2) thesengeleitete Recherche, (3) interpretatives Storytelling, (4) On-Presenting oder (5) reflexives Framing und Empowerment der Community auf eigene Gefühle, Erwartungen und persönliche Bezüge zu Themen, Situationen und Rechercheergebnissen, die einen subjektiven Interpretationsrahmen anlegen, ebenso zurück wie auf wiederkehrende Elemente des Storytelling und der Partizipation (z.B. Aufzähler, Zwischenfazit, *Calls to Action*) als autoritative Ressourcen (vgl. Abb. 4).
- In der Dimension journalistischer Performanz ist ersichtlich, dass Qualitätskriterien, die eher mit subjektiven Journalisten assoziiert werden (wie Emotionalität, Narrativität, Authentizität oder Partizipativität) in den Reportagen stärker ausgeprägt sind als vermeintlich ‚objektive‘ Merkmale wie Quellenvielfalt und -transparenz oder Themenrelevanz und die Kontextualisierung von Informationen (vgl. Abb. 5).

Abbildung 4: Praxiskonstellation des subjektiven Journalismus inkl. charakteristischer Praktiken und rekurrirter Regeln und Ressourcen (eigene Darstellung auf Basis des empirischen Materials)

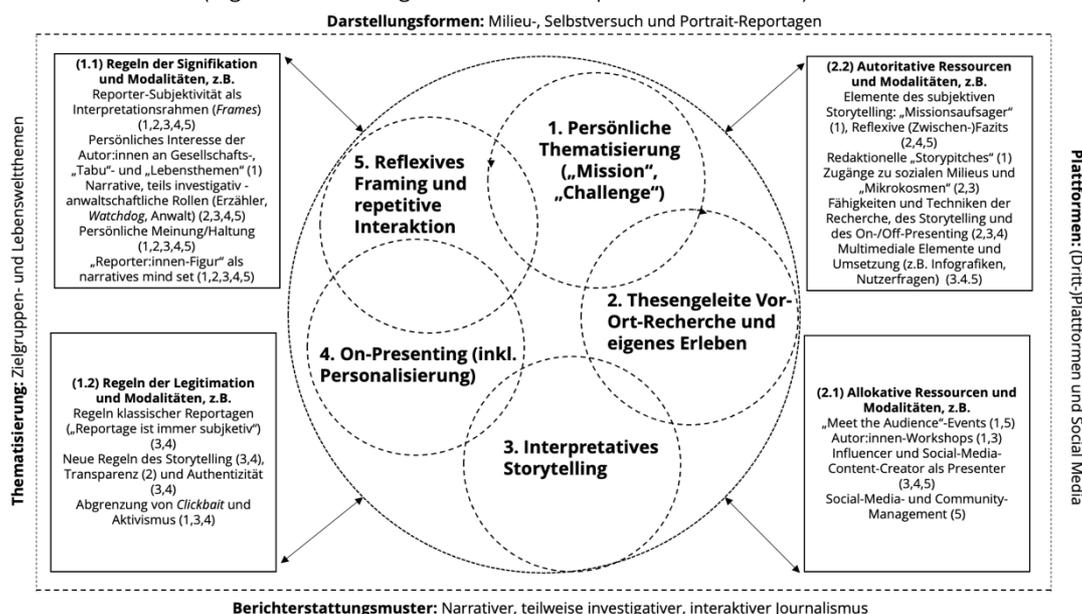
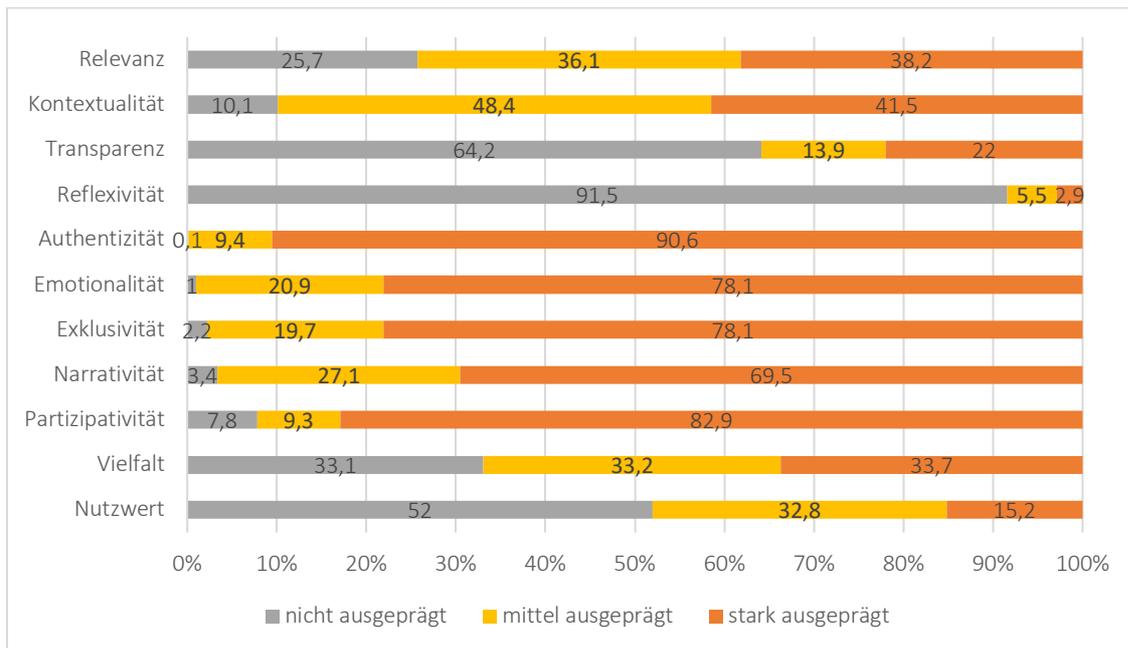


Abbildung 5: Ausprägung journalistischer Qualitätskriterien formatübergreifend in Prozent (Eigene Darstellung auf Basis des empirischen Materials, n = 1.155)



Der Vortrag, der Beispiele aus den Reportagen durch kurze Videos integriert, kommt mit Blick auf die Ergebnisse zu der Einschätzung, dass die starke Formatierung der Presenter-Reportagen ein *strategisches Ritual der Subjektivität* fördert, wenn Reporter:innen für jede wöchentlich publizierte Social-Web-Reportage persönliche Bezüge betonen und – das zeigt die repetitive Verwendung von Mustern und Elementen deutlich – solche subjektiven Perspektiven teilweise auch konstruieren bzw. inszenieren.

Ausgewählte Literatur:

- Buschow, Christopher (2018): Die Neuordnung des Journalismus. Eine Studie zur Gründung neuer Medienorganisationen. Wiesbaden, Springer Fachmedien.
- Habers, Frank/Broersma, Marcel (2014): Between engagement and ironic ambiguity: Mediating subjectivity in narrative journalism. In: Journalism, 15/5, S. 639–654.
- Hepp, Andreas/Hasebrink, Uwe (2017): Kommunikative Figurationen. Ein konzeptioneller Rahmen zur Erforschung kommunikativer Konstruktionsprozesse in Zeiten tiefgreifender Mediatisierung. In: Hasebrink, Uwe/Hepp, Andreas/Loosen, Wiebke/Reichert, Jo (Hrsg.): Themenheft „Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft. In: M&K Medien- & Kommunikationswissenschaft, 65/2, S. 329-347.
- Hepp, Andreas/Loosen, Wiebke/Kühn, Hendrik/Solbach, Paul/Kramp, Leif (2021): Die Figuration des Pionierjournalismus in Deutschland. Akteure und Experimentierbereiche. In: M&K Medien- & Kommunikationswissenschaft, 69/4, S. 551-577.
- Reinemann, Carsten/Baugut, Philipp (2016): Journalismus als subjektiv rationales Handeln im sozialen Kontext. In: Löffelholz, Martin/Rothenberger, Liane (Hrsg.) Handbuch Journalismustheorien. Wiesbaden, S. 309-321.
- Schultz, Tanjev (2021): Der Reporterblick von nirgendwo? Journalismus in der Spannung zwischen Objektivität und Subjektivität. In: Publizistik, 66, S. 21–41.
- Steensen (2017): Subjectivity as a Journalistic Ideal. In: Fonn BK, Hornmoen H, Hyde-Clarke N, Hågvær YB. Putting a Face on it: Individual Exposure and Subjectivity in Journalism. Cappelen Damm Akademisk, S. 25-47.
- Tuchman, Gaye (1972): „Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. In: American Journal of Sociology, 77, 4, S. 127-146.
- Wahl-Jorgensen, Karin (2020): An Emotional Turn in Journalism Studies? In: Digital Journalism, 8/2, S. 175-194.
- Wahl-Jorgensen, Karin (2013): The strategic ritual of emotionality: A case study of Pulitzer Prize-winning articles. In: Journalism, 14/1.

