

Eduard W. P. Grimme

Zwischen Routine und Recherche

*Eine Studie über Lokaljournalisten
und ihre Informanten*

Westdeutscher Verlag

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	11
1.	Problem	16
1.1	Lokaljournalismus - Leistung oder Fehlleistung?	16
1.2	Wasser im Keller: Ein Beispiel aus der Praxis	21
1.3	"Nachrichtenköche": Die Arbeit im Überblick	23
2.	Journalismus und seine Funktionen für die Umwelt	25
2.1	Funktionen im politischen Prozeß	25
2.2	Funktionen im kommunalpolitischen Prozeß	28
2.2.1	Die Norm	28
2.2.2	Die Wirklichkeit	30
2.2.3	Perspektiven	32
3.	Journalismus und seine Beziehungen zur Umwelt	34
3.1	Journalisten zwischen Informanten und Publikum	36
3.1.1	Journalisten und ihre Nachrichtenlieferanten	36
3.1.2	Nachrichten und ihre Empfänger	42
3.1.3	Methoden der Realitätskonstruktion	45
3.1.3.1	Journalisten als "Newsmaker"	45
3.1.3.2	Nachrichten - konstruierte Realität	49
4.	Forschungslücke und theoretische Reflexion	55
4.1	Journalisten im Netzwerk der Informanten	55
4.2	Nachrichtenverwertungsmodell und zentrale Arbeitshypothese	59
4.3	Forschungsleitende Fragen	62
5.	Methoden	71
5.1	Zugang zum Forschungsfeld	72
5.2	Teilnehmende Beobachtung	73
5.3	Kontaktanalyse	74
5.4	Inhaltsanalyse	78
5.5	Aussagekraft der Studie	85
6.	Fallbeispiel Bayernstadt	89
6.1	Der Kommunikationsraum	89
6.2	Die Zeitungsredaktion	90
6.3	Besonderheiten	91

7.	Ergebnisse	93
7.1	überblick	93
7.1.1	Das Material der Kontaktanalyse	93
7.1.2	Das Material der Inhaltsanalyse	96
7.2	Informanten und Nachrichteninput	99
7.2.1	Echte und präsentierte Informanten	105
7.2.2	Routine- und Gelegenheitsinformanten	112
7.2.3	Potentielle und genutzte Informanten	117
7.2.4	Recherche und Informantenaktivierung	122
7.3	Journalisten und Nachrichtenoutput	129
7.3.1	Recherche- und Terminberichte	129
7.3.2	Informantenthemen und Journalistenthemen	135
7.3.3	Journalistentypen und Nachrichtenpräsentation	145
7.4	Einfluß von Informanten und Journalisten auf die Nachrichten	150
8.	Zusammenfassung und Konsequenzen	158
8.1	Kommunikation mit den Kommunikatoren	158
8.2	Einflüsse auf den Nachrichtenfluß	160
	 Anmerkungen	 162
	 Anhang: Dokumente	 178
13.1	Anleitung zum Ausfüllen des Erhebungsbogens "Kontaktanalyse"	178
13.2	Beschreibung der Kategorien: Kontaktanalyse	179
13.3	Beschreibung der Kategorien: Inhaltsanalyse I	182
13.4	Beschreibung der Kategorien: Inhaltsanalyse II	183
13.5	Codierregeln für problematische Kategorien	186
13.6	Codieranweisung "Handlungsträger" und "Gesprächspartner"	188
	 Literaturverzeichnis	 189
	 Verzeichnis der Abbildungen, Tabellen und Dokumente	
	Abbildungen	
4.2.1	Modell des Massenkommunikationsprozesses (I)	59
4.2.2	Modell des Massenkommunikationsprozesses (II)	60
4.2.3	Nachrichtenverwertungsmodell	61
4.3.1	Einflußvariablen der Nachrichten importierenden Außenwelt	65
4.3.2	Einflußvariablen der Nachrichten exportierenden Innenwelt	68

7.1.1.1	Konzeption der Studie	95
7.1.1.2	Personaler Nachrichteninput: Anteil an der Gesamtzeitung	96
7.2.1	Gesamtpublikum nach Herkunftsbereichen	99
7.3.1.1	Charakteristika von Recherche- und Terminjournalismus	129
7.3.1.2	Charakteristika von intensiver und schwacher Recherche	132
7.3.2.1	Karriere des Themas "Wahlen und Mandatsträger"	139
7.3.2.2	Karriere des Themas "Recycling"	141
7.3.2.3	Karriere des Themas "Landwirtschaft"	142
Tabellen		
5.4.1	Quantitative und qualitative Analyse des Zeitungsinhalts	80
6.2.1	Mitglieder der Redaktion	91
7.1.1.1	Kontakte zwischen Außenwelt u. Innenwelt u. ihre Motive	94
7.2.1.	Bürger- und Elitekontakte der Lokaljournalisten	102
7.2.2	Gesamtpublikum und Informanten	103
7.2.1.1	Echte Informanten und präsentierte Informanten	107
7.2.1.2	Kontaktpersonen u. präsentierte Personen aus der Politik	108
7.2.1.3	Präsentierte Informanten im professionellen und semiprofessionellen Teil der Zeitung	109
7.2.1.4	Die präsentierten Informanten von professionellen und semiprofessionellen Journalisten	110
7.2.1.5	Unterrepräsentation von Bürgern und überrepräsentation der Gemeindeelite	111
7.2.2.1	Das bekannte und das unbekanntes Publikum	113
7.2.2.2	Telefonische und persönliche Kontakte und der Bekanntheitsgrad des Publikums	113
7.2.2.3	Herkunft von Routine- und Gelegenheitsinformanten	114
7.2.2.4	Routine- und Gelegenheitsinformanten: aktiv oder reaktiv?	116
7.2.2.5	Aktivierung von Routine- und Gelegenheitsinformanten durch die Journalisten	116
7.2.3.1	Journalisten wenden sich an institutionalisierte Nachrichtenkomplexe	117
7.2.3.2	Gesamtpublikum und Informanten	119

7.2.3.3	Gesamtpublikum und durch Journalisten aktivierte Informanten	120
7.2.4.1	Die Nachrichtenwerte bei Routine- und Gelegenheitsinformanten	122
7.2.4.2	Die Nachrichtenfaktoren bei Routine- und Gelegenheitsinformanten	123
7.2.4.3	Urteil der Redakteure über den Nachrichten- input	124
7.2.4.4	Der Erfolg von Kontakten	125
7.2.4.5	Recherchekontakte der Redaktion der <i>Bayerischen Zeitung</i>	126
7.2.4.6	Recherche mit Routine- und Gelegenheits- informanten	127
7.3.1.1	Unterschiede zwischen Recherche- und Terminjournalismus	130
7.3.1.2	Unterschiede zwischen intensiv und schwach recherchierten Artikeln und Terminberichten	132
7.3.1.3	Tendenz der Artikel gegenüber den Informanten	134
7.3.2.1	Hitliste Redaktionsgespräche und Hitliste Zeitung	135
7.3.2.2	Hitliste Redaktionsartikel	137
7.3.2.3	Anspruchsprofil der Leser	138
7.3.2.4	Reaktionen der Redakteure auf Leserkritik	138
7.3.2.5	Themenspektrum	143
7.3.3.1	Unterschiede zwischen professionellen und semiprofessionellen Beiträgen	146
7.3.3.2	Tendenz der Berichterstattung von Redakteuren und Freien Mitarbeitern	147
7.3.3.3	Berichterstattung von Redakteuren und freien Mitarbeitern über Informanten und Handlungs- träger	148
7.3.3.4	Artikel mit tendenziösen Argumenten	149
7.4.1	Mündlich bei der <i>Bayerischen Zeitung</i> einge- gangene Informationen und die Bewertung ihrer Nachrichtenfaktoren durch die Journalisten	151
7.4.2	Nachrichtenfaktoren im Nachrichtenoutput	152
7.4.3	Nachrichtenfaktoren: Abweichung des Nachrichtenoutputs vom Nachrichteninput	153
7.4.4	Beurteilung von Nachrichtenfaktoren als prinzipielle Einstellung von Journalisten	154
7.4.4	Nachrichtenfaktoren als Erfolgskriterium	121
7.4.5	Nachrichtenfaktoren bei Redakteuren und Volontären	155

7.4.5	Nachrichtenfaktoren bei aktivem und passivem Nachrichteninput	157
	Dokumente	
5.1	Kontaktanalyse: Erhebungsbogen	76
4.2	Analysebogen Inhaltsanalyse II	84
7.2.1	Stellung der Person	98
7.2.2	Sektorale Hierarchie	100