

Medienstrukturen revisited

Ein Plädoyer für eine gesellschaftlich relevante kommunikationswissenschaftliche Grundlagenforschung

Josef Seethaler / Mark Eisenegger / Petra Herczeg / Marlis Prinzing*

Medienstrukturen im Sinne von Medien als Organisationen, Institutionen und Systeme prägen das Handeln von Akteuren, doch werden auch Organisationen, Institutionen und Systeme durch Akteurshandeln aufrechterhalten oder verändert. Diese theoretische Prämisse weist die Medienstrukturforschung als ein zentrales Forschungsfeld der Kommunikationswissenschaft aus. Gerade in Zeiten radikaler medialer und gesellschaftlicher Veränderungen, die häufig mit Begriffen wie Digitalisierung, Deregulierung und Polarisation beschrieben werden, kann die Medienstrukturforschung dazu beitragen, den sich vollziehenden Medien- und Öffentlichkeitswandel in seinen politischen, wirtschaftlichen und technologischen Kontexten zu analysieren. Darin kann eine der Voraussetzungen gesehen werden, um überhaupt Maßnahmen zur Bewältigung gegenwärtiger krisenhafter Entwicklungen, sei es in der Medienproduktion oder in der Mediennutzung, und damit zur Stärkung demokratierelevanter Medienstrukturen konzipieren zu können. Anhand von sieben Beiträgen, die dieses Themenheft von M&K versammelt und die unterschiedliche Aspekte des weiten Forschungsfeldes der Medienstrukturforschung aufgreifen, soll zweierlei verdeutlicht werden: (1.) der Anspruch, das dynamische Zusammenspiel von Struktur und Handeln und damit die Wechselwirkungen zwischen Makro-, Mesos- und Mikroebene einschließlich ihrer Auswirkungen auf die Gesellschaft als Ganzes zu verstehen, und (2.) das Potenzial des daraus resultierenden grundlegenden Reflexionswissens, das die Medienstrukturforschung im Sinne einer gesellschaftlichen Profilierung des Faches, aber auch zur Beratung von Medienpolitik und -regulierung bereitstellen kann.

Schlüsselwörter: Medienstrukturen, Grundlagenforschung, Politikrelevanz

Media Structures Revisited

A Plea for Socially Relevant Basic Research in Communication Science

Media structures—understood as organizations, institutions, and systems—not only shape the behavior of actors but are also maintained or transformed by those actors' behavior. This theoretical premise positions media structure research as a central field within communication studies. Especially in times of radical media and social change, often described with terms such as digitalization, deregulation, and polarization, media structure research offers vital insights into the ongoing transformation of the media and the public sphere within their political, economic, and technological contexts. This analysis can be

* Dr. Josef Seethaler, Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung, Österreichische Akademie der Wissenschaften und Universität Klagenfurt, Bäckerstraße 13, 1010 Wien, Österreich, josef.seethaler@oeaw.ac.at, <http://orcid.org/0000-0001-8857-3935>;
Prof. Dr. Mark Eisenegger, Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) und Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ) der Universität Zürich, Andreasstrasse 15, 8050 Zürich, Schweiz, m.eisenegger@ikmz.uzh.ch, <http://orcid.org/0000-0002-4964-2528>;
Dr. Petra Herczeg, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Währingerstraße 29, 1090 Wien, Österreich, petra.herczeg@univie.ac.at, <https://orcid.org/0000-0003-4874-3586>;
Prof. Dr. Marlis Prinzing, Macromedia University, Campus Köln, Studiengang Journalistik, Brüderstraße 17, 50667 Köln, Deutschland, m.prinzing@macromedia.de, <https://orcid.org/0000-0002-2024-0728>.

seen as a necessary foundation for developing strategies to address current challenges in both media production and use, supporting the reinforcement of media structures that are essential to democracy. Based on seven articles compiled in this special issue of M&K, each addressing different facets of the broad field of media structure research, two key aspects are highlighted: (1) the aim of understanding the dynamic interplay between structure and agency reflected in the interactions among macro, meso, and micro levels, including their impact on society as a whole; and (2) the potential of this foundational, reflective knowledge to help define the role of communication science within society, as well as to inform media policy and regulatory frameworks.

Key words: media structures, basic research, political relevance

„Welche Inhalte von Medienorganisationen produziert werden, welche Inhalte Plattformen für uns auswählen und welche Inhalte uns als Nutzer*innen damit überhaupt angeboten werden, beruht nicht auf Zufälligkeiten.“ Mit dieser scheinbar naheliegenden, aber folgenreichen Feststellung leitet Puppis (2023: 20) das Kapitel „Medienstrukturen“ in seinem bahnbrechenden Buch zur Medienpolitik ein.¹ Und er setzt fort, dass die Produktion und öffentliche Distribution von Inhalten durch Medien und Plattformen von deren Strukturen auf Meso- und Makroebene, also auf organisationaler Ebene der Medienorganisationen und der institutionellen Ebene des Mediensystems in ihrem jeweiligen gesellschaftlichen Umfeld geprägt werden. Dadurch beeinflussen organisationale und institutionelle Strukturen letztlich, wie Lazarsfeld und Merton schon 1948 erkannt hatten, auch Nutzung und Wirkung von Medieninhalten: „The social effects of the media will vary as the system of ownership and control varies“ (Lazarsfeld & Merton 1948: 106) – wobei diese Effekte, so ist angesichts eines zunehmend aktiveren Publikums zu ergänzen, ebenso strukturbildend und -verändernd auf Meso- und Makroebene einwirken.

1. Historische Schlaglichter

Ein ähnlicher Gedanke findet sich schon in Max Webers (1911) Vorschlag für eine Presse-Enquête, mit dem er ein zweidimensionales – und erstaunlich aktuelles – Programm der damaligen Zeitungsforschung vorgelegt hatte, das er nach primär organisationalen Strukturen einerseits und institutionellen bzw. gesellschaftlichen Strukturen andererseits ordnete. So subsumierte Weber unter der „Art der Bildung“ des „Apparates Presse“ Eigentums-, Kapital-, (journalistische und technische) Organisations- und Marktstrukturen, während er unter „Presse als Komponente der objektiven Eigenart der modernen Kultur“ die Einflüsse politischer und wirtschaftlicher Strukturen und auch die Produktion öffentlicher Meinung durch die Presse verstand. Die erste Dimension, wenn auch mit anderen Schwerpunktsetzungen, findet sich auch beim Nationalökonom Karl Bücher (1917: 257), der deutlicher als Weber die Besonderheit von Medienunternehmen, auf zwei unterschiedlichen Märkten zu

1 Der Begriff „Medien“ wird in diesem Beitrag im Sinne der vom Europäischen Parlament und Rat (2024b) verwendeten Definition von „Mediendienst“ verwendet, nämlich als eine Dienstleistung, deren „Hauptzweck ... oder ein trennbarer Teil“ darin besteht, unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendiensteanbieters der Allgemeinheit – gleich auf welche Weise – Sendungen oder Presseveröffentlichungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen“ (Art. 2, Z. 1 Europäisches Medienfreiheitsgesetz). Die Bereitstellung von Mediendiensten erfolgt jedoch zunehmend auf (globalen) Online-Plattformen, „die als Zugangstor zu Medieninhalten“ fungieren und gleichzeitig „wesentliche Anbieter von Online-Werbung sind, sodass sie mit diesen ihren Geschäftsmodellen die Tätigkeit von Mediendiensteanbietern (ökonomisch und inhaltlich) beeinflussen (Erwägungsgrund 4, Europäisches Medienfreiheitsgesetz; Europäisches Parlament und Rat 2024b).

agieren, in den Mittelpunkt seiner Überlegungen zur „innere[n] Organisation der Zeitungsunternehmung“ stellte.

Wenn man von der seit den 1950er Jahren – schon aus politischen Gründen – florierenden, meist normativ-typologisch orientierten Mediensystemforschung absieht (Seethaler 2025), kamen die frühen Anfänge einer Medienstrukturforschung im Wesentlichen erst viele Jahrzehnte später zum Tragen, als die Notwendigkeit einer Untersuchung der Kommunikationsleistung der Medien in ihrem Verhältnis zum offenkundigen Wandel der Markt-, Produktions- und Nutzungsstrukturen nicht mehr zu übersehen war: In Deutschland und Österreich hatte, so Bohrmann und Sülzer (1973), die damalige Publizistikwissenschaft das Zeitungssterben und die Konzentrationsprozesse seit Ende der 1960er Jahre noch verschlafen (siehe auch Knoche 2013), doch auch international mussten McLeod und Blumler noch 1987 vor voreiligen Generalisierungen von Mediawirkungen und einer Geringschätzung der intervenierenden Effekte der auch in den westlichen Industriegesellschaften erheblich variierenden strukturellen Rahmenbedingungen warnen. Ohne anzuerkennen, „that economic, social and technological contexts are theoretically important factors in media use and their effects“ wäre „a more comprehensive understanding of media processes“ nicht möglich (McLeod & Blumler 1987: 271).

Zu dieser Zeit war Giddens‘ (1984) Strukturationstheorie bereits erschienen, die der bisher vor allem mit nationalökonomischen und systemtheoretischen Ansätzen und, in einer kritischen Gegenbewegung, mit Ansätzen der politischen Ökonomie arbeitenden Medienstrukturforschung neuen Auftrieb gab und ihr Betätigungsfeld erweiterte.² Die Strukturationstheorie erlaubt mit ihrer Auflösung des Dualismus von Struktur und Handeln in der „Dualität der Struktur“ – ebenso wie die Feldtheorie Bourdieus und die späteren neo-institutionalistischen Ansätze der Organisationstheorie (Barley & Tolbert 1997) und eines „akteurszentrierten“ (Mayntz & Scharpf 1995; Schimank 1996) bzw. „diskursiven Institutionalismus“ (Schmidt 2008) – das Verhältnis von Struktur und Akteur neu zu denken: Auf den (verkürzenden) Punkt gebracht, wird hier die soziale Struktur, bestehend aus geteilten Normen und prozeduralen Regeln, informellen Konventionen und materiellen wie autoritativen Ressourcen, sowohl zum Medium als auch zum Ergebnis individuellen Handelns: Sie ist zugleich Einschränkung des Handelns der Akteure als auch Befähigung zum Handeln und wird so in sozialen Interaktionen in einem ständig fließenden Kreislauf produziert und reproduziert. Die infolge der Dynamisierung des Verhältnisses von Struktur und Handelns belebte theoretische Auseinandersetzung kann als zukunftsweisender Wendepunkt in der Medienstrukturforschung bezeichnet werden.

2. Gesellschaftliche und fachwissenschaftliche Relevanz

Ein Verständnis von Normativität, das soziale Praktiken und Institutionen als veränderbar begreift, hat sich schließlich als Voraussetzung für die Anwendung demokratietheoretischer Ansätze in der Medienstrukturforschung erwiesen (Seethaler 2025; generell: Kreisky & Löffler 2010). Diese theoretische Fundierung kann als Antwort auf die Folgen einer langjährigen Deregulierungspolitik, die radikalen technologiebasierten Veränderungen in Medienangebot und -nutzung und den zunehmend kalten Wind verstanden werden, der global

2 Auch Goffmans (1974) Framing-Ansatz als eine der soziologischen Wurzeln der kommunikationswissenschaftlichen Framing-Forschung (Tewksbury & Scheufele 2020) ist eng mit der Strukturationstheorie verwandt, da er einen Prozess bezeichnet, durch den die Akteure die soziale Realität strukturieren, indem sie auf kulturell, sozial und individuell verfügbares Wissen zurückgreifen, um Phänomene wahrzunehmen, zu interpretieren und zu bewerten und entsprechend zu handeln (Melischek & Seethaler 2011).

der liberalen Demokratie entgegenbläst. Sie erlaubt nicht nur die Kontextualisierung aktueller Entwicklungen im Bereich der journalistischen Medien ebenso wie der Plattformen, sondern auch die Formulierung von Wegen zu einer widerstandsfähigeren demokratischen Medienlandschaft (bspw. Brogi et al. 2025; Trappel & Tomaz 2021). Wie in kaum einem anderen Gegenstandsbereich ist jedenfalls die Medien- und Kommunikationswissenschaft durch die Erforschung von Medienstrukturen in der Lage, den insbesondere von den Sozialwissenschaften erhobenen Anspruch umzusetzen: nämlich durch Grundlagenforschung Lösungsoptionen für gesellschaftliche Probleme aufzuzeigen. Das Fachgebiet für die öffentliche Politikgestaltung relevant zu machen, sahen bereits McLeod und Blumler (1987) als einen USP der Medienstrukturforschung.

Auf europäischer Ebene steht es außer Zweifel, dass es kontinuierlicher Forschungen zu den rechtlichen, wirtschaftlichen und sozio-politischen Implikationen der sich permanent verändernden Medienlandschaften, insbesondere der politischen Informationsumwelten (Esser & Pfetsch 2023) bedarf, um den staatlichen und suprastatalen Entscheidungsträgern, aber auch zivilgesellschaftlichen Initiativen jene Kenntnisse an die Hand zu geben, die medienpolitisches Handeln im Interesse der Sicherung der heute fragiler denn je erscheinenden demokratischen Grundlagen benötigt. Der seit 2020 jährlich veröffentlichte „Rule of Law Report“ der Europäischen Kommission zählt – neben dem Zustand des Justizsystems, der Korruptionsbekämpfung und der Ausgestaltung der Gewaltenteilung – Freiheit und Pluralismus der Medien zu den vier „key areas“ im Dienste der Wahrung der Menschenrechte, demokratischer Werte und der Rechtsstaatlichkeit.³ Dies zeigt die hohe politische Relevanz medienstruktureller Fragestellungen.

Vor nunmehr drei Jahrzehnten haben es Kurt Imhof und Peter Schulz als Anspruch des seit 1994 in Luzern und Zürich stattfindenden „Mediensymposiums“ bezeichnet, „Analysen zu den strukturellen Bedingungen und kulturellen Formen von Öffentlichkeit, öffentlicher Kommunikation und sozialem Wandel an[zu]bieten“ (Imhof & Schulz 1995: 7). In diesem Sinn hatte sich das Mediensymposium 2023 vorgenommen, den Beweis anzutreten, dass die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Beschaffenheit der Medienstrukturen, ihrem Geworden-sein, ihren Veränderungen und den daraus entstehenden vielfältigen Folgen ein vielversprechender Weg ist, um einen Beitrag zur öffentlichen Visibilität der Medien- und Kommunikationswissenschaft zu leisten, die in jüngster Zeit immer wieder als zu gering diskutiert worden ist (bspw. Nielsen 2018; Haller et al. 2019; Lewis 2020; Fürst et al. 2024). Auch wenn das Einbringen wissenschaftlicher Erkenntnisse in den öffentlichen und politischen Diskurs nicht der oberste Maßstab für die Legitimation einer Disziplin sein darf – viele, heute längst selbstverständlich in unser Leben integrierte Forschungen wären vielleicht gar nicht betrieben worden, wenn ein permanenter Druck der öffentlichen Legitimation auf ihnen gelastet hätte –, so hat schon Immanuel Kant (2020 [1784]) die Gelehrten in der Pflicht gesehen, in freier, öffentlicher Rede und Schrift von ihrer Vernunft Gebrauch zu machen und dadurch zu einer aktiven, räsonierenden und sich reflektierenden Öffentlichkeit beizutragen.

Zur gesellschaftlichen Relevanz der Medienstrukturforschung tritt ihre intradisziplinäre Bedeutung, die Dogruel (2019) angesichts der gegenwärtigen Trends in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung und zunehmend knapper Ressourcen unterschätzt sieht und die Jarren et al. (2019) mit einem überzeugenden Plädoyer unterstreichen. Sie fordern eine intensivierte Beschäftigung mit Medienstrukturen ein, da ohne sie der gegenwärtige „massive Veränderungsprozess“ des gesamten Mediensystems kommunikationswissen-

3 https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/justice-and-fundamental-rights/upholding-rule-of-law/rule-of-law/annual-rule-of-law-cycle/2024-rule-of-law-report_de [18.05.2025].

schaftlich gar nicht bearbeitet werden könne. Schon lange davor hatte Pätzold die Defizite methodischen und empirischen Wissens beklagt, mit dem „wir die aus Medienstrukturen resultierenden journalistischen Arbeitsergebnisse in Beziehung zu den großen Strukturproblemen setzen können, die es im Verhältnis von Medien und Öffentlichkeit gibt“ (Pätzold 2013: o. S.). Während die Problemlagen unter den Bedingungen der digitalen Gesellschaft noch vielfältiger geworden sind, gilt weiterhin, dass wir allzu oft „ungeprüft [übernehmen], was uns an statistischem Material von nicht wissenschaftlichen Instanzen eingereicht wird. Vor allem haben wir darauf verzichtet, die wesentlichen Kategorien der Messungen selber zu definieren oder die Definitionsvorgaben auf ihren empirischen Wert zu überprüfen.“ (ebd.) An Jay G. Blumlers Appell hat sich nichts geändert:

„One reason is the complexity of the political communication process, which is organized ‘within a Chinese-boxes-like set of levels’ (Blumler, McLeod, and Rosengren, 1992, 14), linking a political, economic, and cultural environment; political advocates of all kinds; journalistic and other mediators of all kinds; the messages and other content that they produce; and bodies of heterogeneous and varyingly involved citizens. We need to be able to travel across these levels (as well as to home in on particular ones) with concepts that can help us to understand how these relationships work, how they feed on each other, how they evolve with regard to each other, and in what ways their interrelations may matter.“ (Blumler 2017: 47)

Die Beiträge dieses Themenheftes, das in M&K 2/2025 unter dem Titel „Medienstrukturen revisited“ erscheint, können nur Bruchstücke des Forschungsfeldes abdecken (Puppis 2025). Sie möchten jedoch zweierlei verdeutlichen: (1.) den Anspruch der Medienstrukturforschung, das dynamische Zusammenspiel von Struktur und Handeln und damit die Wechselwirkungen zwischen Makro-, Meso- und Mikroebene in ihren Auswirkungen auf die Gesellschaft als Ganzes zu verstehen, und (2.) das Potenzial des daraus resultierenden „grundlegende[n] Reflexionswissens“ (Jarren et al. 2019: 421), das sie zur gesellschaftlichen Profilierung des Faches, aber auch zur Beratung von Medienpolitik und -regulierung bereitstellen kann.

Die Erstfassungen der sieben in diesem Themenheft veröffentlichten Beiträge wurden im Rahmen des vom Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) veranstalteten und von den Autor*innen dieses Beitrags (zusammen mit Patrik Ettlinger) organisierten Mediensymposiums „Medienstrukturen revisited: Recht – Markt – Akteure – Gesellschaft“ am 12. und 13. Oktober 2023 an der Universität Zürich präsentiert. Ihre Themen sollen im Folgenden in eine Skizze des Forschungsfeldes integriert werden, die, auf der umfassenden Darstellung von Puppis et al. (2013) aufbauend, versucht, einen weiten Bogen zu spannen und die Vielfalt nicht nur möglicher und aufschlussreicher, sondern gesellschaftlich und politisch relevanter Fragestellungen zumindest (und durchaus unvollständig) anzureißen.

3. Das Forschungsfeld

Strukturen sind auf mehreren Ebenen wirkmächtig: auf der Ebene der *technischen Verbreitung*, der *organisationalen* Ebene, der *institutionellen* Ebene und der *Systemebene* mit ihren funktionalen und dysfunktionalen gesellschaftlichen Aus- und Wechselwirkungen (Donges & Jarren 2022). Die Art der *technischen Verbreitung* bestimmt die Formate (mit), in denen Informationen jeder Art transportiert werden können, und die Formate geben eine Struktur für die Darstellung und Nutzung der Inhalte vor. Als *Organisationen* operieren Medienakteure mit einem Konglomerat von normativen Orientierungen, Ressourcen und Strategien, um den Einsatz von Mitteln im Hinblick auf ihre spezifischen Interessen und Ziele abzuwagen und abzustimmen. Dabei können journalistisches und unternehmerisches Handeln – und das heißt heute: unternehmerisches Handeln von Mediendiensteanbietern und Platt-

formen – durchaus miteinander in Konflikt geraten. Doch grundsätzlich lassen ähnliche Zielorientierungen und Arbeitsweisen auf Dauer gestellte Ensembles von Organisationen entstehen, die sich durch bestimmte Organisationsstrukturen auszeichnen. Im Bereich der politischen Kommunikation sind beispielsweise die Ressourcen (Personal, Redaktionen, Korrespondenzbüros etc.), die für Informations- und Nachrichtensendungen bzw. das Politikressort vorgehalten werden, ein essenzielles Unterscheidungskriterium.

Bei aller organisationstypischen Unterschiedlichkeit agieren jedoch alle Medienakteure innerhalb des Regelsystems einer *Gesellschaft*, das einerseits Ausbildung und Geltungskraft bestimmter Handlungsnormen und Rollenverständnisse prägt, auf das sie aber auch regulierend, normierend und letztlich kulturell prägend einwirken. Deutlich sichtbar wird dies anhand des sich wandelnden Demokratieverständnisses, das Medien ebenso befördern wie reflektieren können, wenn auch in unterschiedlichem, durchaus vertrauensbildend oder -reduzierend wirkendem Ausmaß (Beaufort 2020). Medien haben also den Status von *Institutionen*, deren Legitimationsgrundlage im Zusammenspiel mit anderen gesellschaftlichen Institutionen verhandelt wird. Durch Beobachtung und Setzung von Regeln, durch Beantwortung und Steuerung von Erwartungen etablieren sie „eine soziale Ordnung, die sie zugleich auch repräsentieren“ (Jarren 2017: 48). In diesem Sinn sind Medien Sozialsysteme, deren Wirken Folgen für andere gesellschaftliche Teilbereiche oder Teilsysteme haben kann: „Soziale Strukturen stecken Sinnhorizonte der gesellschaftlichen Wirklichkeit ab, an denen sich Akteure angesichts ihres elementaren Bedürfnisses nach Erwartungssicherheit orientieren, um handlungsfähig zu werden“ (Schmidt 2021: 122).

Es ist nichts Neues, dass die Art der *technischen Verbreitung* zunächst die Formate (mit)bestimmt, in denen Informationen jeglicher Art transportiert werden können, die Formate eine Struktur für die Darstellung der Inhalte vorgeben und beides, Verbreitungsart und Formate, das Nutzungsverhalten beeinflussen. Neu ist, dass Algorithmen, Nutzungsmetriken wie *likes*, *comments* und *shares* und generell die sich rasant weiterentwickelnden KI-gestützten Anwendungen Produktions- wie Nutzungsabläufe prägen und immer stärker prägen werden bis hin zu Entscheidungsprozessen innerhalb und zwischen Organisationen, aber auch von Individuen in ihrem Lebensalltag. Eine der daraus für die bestehenden medialen und rechtlichen Ordnungen resultierenden Herausforderungen greifen **Lars Rinsdorf** und **Hauke Rinsdorf** auf, indem sie den Status journalistischer Kreatoren*innen auf Online-Plattformen beleuchten. Deren Handlungsspielraum hängt primär von den Nutzungsmetriken und den davon bestimmten ökonomischen Beziehungen zu Werbetreibenden und Agenturen ab, wobei reichweitenschwächere Kreatoren*innen durch die angewandten algorithmischen Modelle hinsichtlich der Bedeutung ihrer Inhalte in Empfehlungssystemen sowie auch hinsichtlich der Vergütungsmodelle diskriminiert werden. Die Analyse der arbeitsrechtlichen Situation zeigt, dass nur jene Kreatoren*innen, die nach der Richtlinie (EU) 2024/2831 als Plattformarbeitende klassifiziert werden können, von den in der Richtlinie festgelegten Rechten profitieren, in ihren publizistischen Interessen aber dennoch nicht hinreichend gegen Eingriffe der Plattformbetreiber geschützt sind. Vielfaltssicherung in diesem Bereich ließe sich, so die Autoren, rechtspolitisch eher durch Erweiterungen bei den Regelungen zum algorithmischen Management anpeilen.

Das Beispiel zeigt, dass neue Akteure in der Vermittlung öffentlicher Kommunikation das traditionelle Verständnis von Medienakteuren in Frage stellen (Dogruel 2019). Wenn soziale Netzwerke, Aggregatoren und nichtlineare audiovisuelle Dienste die neuen Gatekeeper für den Zugang zu allgemeinen Informationen, insbesondere zu Informationen von öffentlichem Interesse, sind, dann stellen sich Fragen nach den Folgen dieser Entwicklung. Zunächst ist dies die Frage nach den Folgen für die *Organisationsstrukturen* und deren Wechselwirkungen mit dem Handeln der Akteure in den traditionellen Medienhäusern und

Redaktionen. Diese Frage ist nicht von der Hand zu weisen, denn wie sehr strukturelle Einflüsse, wie konkrete Machtkonstellationen, regelhafte Erwartungen, berufsethische Normen und Professionalitätskriterien, redaktionelles Handeln grundsätzlich leiten, können **Mirco Liefke** und **Matthias Künzler** anhand von Fallbeispielen aus Redaktionsitzungen der ZDF-heute-Nachrichten zeigen. Selbst die Möglichkeit, strukturelle Rahmenbedingungen flexibel zu interpretieren und durch persönliche Erfahrungen zu bereichern, hat ihrerseits eine strukturelle Voraussetzung: eine offene Organisationskultur. Der angewandte Mixed-Methods-Ansatz aus ethnografischer Beobachtung, Leitfadeninterviews und Dokumentenanalyse verspricht überdies das Potenzial zu besitzen, auch den Wandel von Organisationsstrukturen, ihrer sich verändernden Bedingungsfaktoren und ihrer Auswirkungen auf das Akteurshandeln zu erfassen.

Eine weitere Folge von Deregulierung und digitalem Wandel liegt in der Begünstigung des Erfolgs neuer Medienakteure, deren organisationale Logiken die Interessen und Ziele journalistischer Medienorganisationen bestenfalls imitieren, wenn nicht in ihrem Sinn instrumentalisieren. Zu nennen sind hier das Revival von politischen Parteien als (mehr oder minder transparent agierende) Mediendiensteanbieter und das verstärkte Engagement branchenfremder Unternehmen in der Medienbranche. Beide Entwicklungen sind im doppelten Wortsinn fragwürdig. Wo sind die Grenzen zwischen unabhängigem Journalismus auf der einen Seite und politischer Propaganda und *Corporate Publishing* auf der anderen Seite zu ziehen? Wie lässt sich gewährleisten, dass Nutzer:innen redaktionellen Inhalt von (*Political*) *Advertisials* und *Native Advertising* unterscheiden können? Inwieweit beeinflussen in solchen Arrangements parteipolitische oder wirtschaftliche Interessen den redaktionellen Inhalt unwillkürlich, wenn nicht sogar intentional? Wie sehr leisten derartige Medien dadurch der Desinformation Vorschub? **Guido Keel** greift in seinem Beitrag einen der damit verbundenen Aspekte, nämlich *Sponsored Content*, auf. Die zunehmende Bedeutung, die der Vermischung von der Werbung dienenden Inhalten eines externen Auftraggebers in Form und Funktion mit redaktionellen Inhalten (vor allem, aber nicht nur) im Kontext von Online-Medien zukommt, stellt zweifellos einen dringenden Fall für die Selbstregulierung dar. Immerhin stehen damit Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit des Journalismus auf dem Prüfstand. Die Analyse der Ethik-Kodices aller Mitglieder der Alliance of Independent Press Councils of Europe (AIPCE) und eine vertiefende Befragung von zehn Presseräten ergab jedoch, dass das Bewusstsein für diese Problematik in Europa unterschiedlich ausgeprägt ist – und sich in den letzten, an Veränderungen reichen fünf Jahren kaum verändert hat. Die von der EU geforderten Maßnahmen zur Transparenz wirtschaftlicher und politischer Werbung, aber auch der Eigentumsstrukturen von Medienunternehmen (Europäisches Parlament und Rat 2024a; 2024b) erscheinen daher gut begründet zu sein und deren Umsetzung der kontinuierlichen Analyse wert – was im Übrigen für Maßnahmen der Co- und Selbstregulierung zur Stärkung von Accountability-Systemen generell gilt (Prinzing et al. 2024).

Die Frage, in welcher Weise sich durch anders gelagerte Vermittlungsprozesse die Organisationsformen der Medien und die normativen Funktionszuschreibungen verändern, betrifft nicht zuletzt die öffentlich-rechtlichen Medien und ihren *Public Service*. Gerade der Gedanke, den Bürger*innen verlässliche und die Bildung einer eigenen Meinung ermöglichte Informationen zu bieten, die Mächtigen zu beobachten und ein Forum für Diskussionen über Themen zu bieten, die die Gesellschaft umtreiben, hat zur Ausbildung und Geltungskraft eines normgebenden journalistischen Selbstverständnisses und damit zu einem *Institutionalisierungsprozess* geführt, der Medien in einer Demokratie systemrelevant hat werden lassen: Ohne eine so hergestellte Öffentlichkeit ist Demokratie nicht denkbar. In jüngster Zeit ist jedoch, getrieben vor allem von politisch rechtsradikalen Akteuren,

die Legitimation der – in einer diffamierenden Umdeutung des Systembegriffs – „Systemmedien“ genannten journalistischen Medien und insbesondere die Legitimation der öffentlich-rechtlichen Medien unter Beschuss geraten. *Marlis Prinzing* plädiert daher in ihrem Beitrag für eine Erweiterung des institutionellen Rahmens des *Public Service* als leitendes Prinzip für journalistische Leistungen unabhängig von der Organisationsform der Medien, die ihn realisieren. Sie sieht darin nicht nur eine Gegenkraft zur Tendenz zur Erosion von Demokratien, sondern auch, und damit zusammenhängend, eine notwendige Anpassung an das durch die digitale Transformation geprägte Umfeld. Ein ähnlicher Anstoß kommt von einem aktuellen, vom ZDF beauftragten Gutachten, das „die Stabilisierung publizistischer Leistungserbringung insgesamt [...] durch Vernetzung öffentlich-rechtlicher und privater Medien sowie weiterer externer Partner wie Bildungs- und Kultureinrichtungen“ ermöglicht sieht und in der dadurch gegebenen Vernetzung ein dringend zu schaffendes Gegenwicht zu den marktdominanten Plattformen (Dogruel et al. 2025: 12). Ein *Digital Open Public Space* wäre eine Antwort auf die Frage, ob „die Distribution von Inhalten den Plattformen der Technologiegiganten überlassen werden“ soll oder ob es „zielführend [wäre,] den Aufbau eigener Plattformen zu unterstützen?“ (Jарren et al. 2019: 421).

Das damit angesprochene Thema der Vielfaltssicherung braucht zweifellos neue Antworten. Unter der Prämisse, dass Medienstrukturen entsprechend den Anforderungen einer an demokratischen Grundwerten orientierten gesellschaftlichen Verständigung gestaltet sein sollten (Dogruel et al. 2025), besteht weitreichender Konsens, dass Bürger*innen Zugang zu einer breiten Palette vertrauenswürdiger Informationen haben sollten, die sie zur Teilhabe an demokratischen Willensbildungs-, Entscheidungs- und Gestaltungsprozessen befähigen. Doch wenn es um die verschiedenen Formen von Konzentration geht, unterscheiden sich die nationalen Medienmärkte in der Europäischen Union nicht grundlegend – und dies trotz unterschiedlicher medien- und kartellrechtlicher Vorgaben (Centre for Media Pluralism and Media Freedom 2024). Die „Economies of Scale“ kommen wie die Abwanderung von großen Teilen der Werbeeinnahmen zu den globalen Plattformen nahezu überall zum Tragen. Umso mehr braucht es europäische Strategien (die freilich die Frage nach dem Kräfteverhältnis von transnationaler und nationaler Regulierung aufwerfen); umso mehr ist es aber auch angezeigt, nach Entwicklung, Ursachen und Wirkungen der Ballung wirtschaftlicher Einflussgrößen im jeweiligen gesellschaftlichen Kontext zu fragen und die Wirksamkeit von Konzepten zu prüfen: seien es öffentliche Transparenz von Eigentumsstrukturen, staatliche und parteipolitische Unabhängigkeit der Medien und redaktionelle Autonomie (wie im Europäischen Medienfreiheitsgesetz vorgesehen) oder im Sinne einer demokratiepolitischen Aufgabe zielorientiert eingesetzte Fördermechanismen der öffentlichen Hand (von Haushaltsabgaben und steuerlichen Anreizen über arbeitsrechtliche und soziale Sicherungssysteme für Journalist*innen bis hin zur Förderung ressourcenintensiver journalistischer Praktiken und innovativer Geschäftsmodelle).

Vielfaltssicherung betrifft aber auch Fragen wie: In welchem Ausmaß realisieren die Medien den 2008 im Vertrag über die Europäische Union festgeschriebenen europäischen Grundwert einer Gleichstellung der Geschlechter,⁴ gemessen sowohl an der Umsetzung von Gleichstellungsmaßnahmen auf Management- und Redaktionsebene als auch an der Repräsentanz von Frauen in politischen und Nachrichteninhalten? Inwieweit finden Minderheiten gemäß den Empfehlungen der OSZE (1998) zumindest in den öffentlichen Medien eine adäquate Berücksichtigung im Ausmaß der Angebote, aber auch in der Zusammensetzung der Redaktionen? Bis zu welchem Grad wurde die in Artikel 22 der EU-Richtlinie

4 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:12012M/TXT&from=DE> [18.05.2025].

über audiovisuelle Mediendienste verankerte Verpflichtung der Mitgliedstaaten, „ohne unangemessene Verzögerung“ sicherzustellen, dass sich die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbieter nachweisbar um die Zugänglichkeit ihrer Inhalte für Menschen mit Seh- oder Hörbehinderungen bemühen, umgesetzt?

Die Einbeziehung des Publikums – oder besser: der Menschen „formerly known as the audience“ (Rosen 2012) – in die Medienstrukturforschung sollte aber nicht auf der organisationalen Ebene stehenbleiben, sondern es wäre auf gesellschaftlicher Ebene zu fragen, wie und über welche Variablen die individuellen Bedürfnisstrukturen und Nutzungsmuster mit den Medienangebotsstrukturen und der Art der Vermittlungsprozesse zusammenhängen und inwieweit sie sich an Veränderungen in Angebot und Vermittlung anpassen oder diese sogar beschleunigen. In diesen wechselseitigen Beziehungen spielen zweifellos die nach Gruppen von Nutzer:innen zu differenzierenden Erwartungshaltungen an die Medien eine nicht zu unterschätzende Rolle, da sie es sind, die die Zusammensetzung der jeweiligen Informationsrepertoires prägen und, abhängig vom Grad ihrer Beantwortung, die Intensität des Nachrichteninteresses und der Nachrichtennutzung und letztlich das Vertrauen in die Medien (mit) beeinflussen. Dies gilt besonders im Hinblick auf die Erwartungen an journalistische Funktionen in einer demokratischen Öffentlichkeit, deren Struktur sich wiederum durch das Wechselspiel von Angebots- und Nutzungshandeln verändert (Beaufort 2020). *Silke Fürst* und *Linards Udris* greifen in ihrem Beitrag diese Problematik am Beispiel des „konstruktiven Journalismus“ auf, der in Reaktion auf zunehmende Nachrichtenverdrossenheit, sinkendes Medienvertrauen und stagnierende Zahlungsbereitschaft entstanden war. Die Resultate einer repräsentativen Umfrage in der Schweiz zeigen, dass „konstruktiver Journalismus“ bei großen Teilen der Bevölkerung, unabhängig von Alter und Geschlecht, auf starkes Interesse stößt und sogar die Zahlungsbereitschaft für journalistische Inhalte erhöht. Er spricht (zunächst?) nachrichtenaffine Personen besonders stark an, doch das könnte auch damit zusammenhängen, dass er in der Schweiz noch wenig verbreitet und bekannt ist. Die Autor*innen sehen in dieser Form des Journalismus einen möglichen Beitrag zur Stärkung demokratierelevanter Medienstrukturen und zur Bewältigung der gegenwärtigen Medienkrise.

Die Teilhabe am öffentlichen Diskurs und damit die Inklusion in eine demokratische Öffentlichkeit wird zweifellos auch durch die von den sozialen Medien geschaffenen neuen Foren und Praktiken der gesellschaftlichen Selbstverständigung erleichtert, wobei die „niedrigschwelligen“ Zugänge, die die Grenzen zwischen privat-persönlicher und öffentlicher Kommunikation verschieben, wenn nicht sogar auflösen, einen nicht unerheblichen Anteil daran haben (Vaccari & Valeriani 2021). Zugleich haben sie nicht zuletzt wegen mangelnder Transparenz der dahinterliegenden Strukturen neue Risiken hervorgebracht, die demokratische Werte unterwandern, wenn nicht sogar intentional der Destabilisierung demokratischer Ordnungen dienen. Dies gilt vor allem für die oft als historisch beispiellos bezeichnete Verbreitung von Desinformationen und Hassreden, die die öffentliche Debatte über die Grenzen der Meinungsfreiheit befeuert. Kritische Stimmen befürchten, dass Chilling-Effekte aufgrund von Selbstzensur, Overblocking und der Delegierung von Zensurbefugnissen an private Unternehmen die Grundrechte gefährden könnten. Für die Forschung stellt sich eine Reihe von Fragen, beginnend bei der empirischen Evidenz für das Ausmaß der Gefährdung der Strukturen einer demokratischen Öffentlichkeit durch die in Rede stehenden Phänomene bis hin zu den strukturellen Auswirkungen der getroffenen oder zu treffenden medien- und netzpolitischen Maßnahmen wie des *Digital Services Act* (Gesetz über digitale Dienste; Europäisches Parlament und Rat 2022). *Franziska Oehler-Pedrazzi* und *Stefano Pedrazzi* besprechen daher auf der Basis kommunikationswissenschaftlicher empirischer Erkenntnisse präventive und repressive Handlungsoptionen des Staates (einschließlich des

Strafrechts), der involvierten Organisationen (insbesondere der Plattformen, aber auch der publizistischen Medien) und der Nutzenden zur Verhinderung und Sanktionierung der Verbreitung von (visuellem) Hass im Netz und der damit verbundenen möglichen Steuerungseffekte. Das Beispiel zeigt, wie sehr Handeln und Struktur auf Makro-, Meso- und Mikroebene ineinander verwoben sind.

Auf der Makro-Ebene geht es um die Aushandlung und Geltungskraft politisch-normativer Regelungsstrukturen, also die rechtlichen und selbstregulierenden Rahmenbedingungen, unter denen traditionelle Medien und Journalismus, aber auch Plattformen agieren bzw. agieren sollten und Menschen medial vermittelte Inhalte nutzen. Kodifizierte Ordnungen vermitteln den Charakter, vergleichsweise stabil zu sein, sind aber dennoch – und mitunter besonders gravierend – politischen Veränderungen unterworfen. Dies schon aufgrund der Wirkmächtigkeit ihres Potenzials, Medienproduktion und -nutzung zu formen. Das beginnt bei den demokratischen Grundrechten, dem Recht auf freie Meinungsäußerung und dem Recht auf Information. In der Philosophie der Aufklärung als untrennbare Einheit formuliert (Gerhardt 2012; Melischek & Seethaler 2022), ist ihre Geltung seither Gegenstand von politischen Diskussionen und rechtlichen Maßnahmen, die auf ihre Wahrung ebenso zielen wie auf ihre Instrumentalisierung für politische Partialinteressen oder ihre Infragestellung überhaupt. Die Heftigkeit von Konflikten dieser Art macht ihre Wertgeladenheit deutlich. *Josef Seethaler* geht daher in seinem analytischen Modell für eine EU-weit vergleichende Untersuchung des strukturbildenden Potenzials nationaler Rechts- und Regulierungsrahmen davon aus, dass Gesetze, Normen und Regeln als „applications of values“ verstanden werden können (Heinich 2020: 221). Sind schon Werte wie Demokratie, Freiheit, Gleichheit und Rechtstaatlichkeit mit einem mehr oder minder breiten Interpretationspielraum behaftet, so ist anzunehmen, dass ihre – politischem Handeln unterliegende – Übersetzung in rechtliche und regulatorische Bestimmungen und damit ihr Potenzial zur Gestaltung demokratiefördernder Medienstrukturen noch stärker variieren. Dass dies in zunehmendem Maße auch für die Menschenwürde gilt, deren aus rechtlicher Sicht absolute Geltung bei polarisierenden Themen wie Migration zur „kommunikativen Herausforderung“ wird (Herczeg 2021), zeigt, wie sehr gesellschaftliche Wertstrukturen Gegenstand kommunikationswissenschaftlicher Analysen sein sollten.

Literatur

- Barley, S. R., & Tolbert, P. S. (1997). Institutionalization and structuration: Studying the links between action and institution. *Organization Studies*, 18(1), 93–117. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/017084069701800106> [18.05.2025].
- Beaufort, M. (2020). Medien in der Demokratie – Demokratie in den Medien: Ein demokratietheoretisch fundierter Ansatz zur Erforschung der demokratischen Qualität von Medienrepertoires unterschiedlicher Nutzungsklassen, dargelegt am Beispiel einer zeitvergleichenden Analyse des politischen Informationsangebots in den österreichischen Medien. Universität Hamburg. ediss.sub.hamburg. https://ediss.sub.uni-hamburg.de/bitstream/ediss/8998/1/Dissertation_Beaufort_Publ_f.pdf [18.05.2025].
- Blumler, J. G. (2017). The shape of political communication. In K. Kenski & K. H. Jamieson (Hrsg.), *The Oxford handbook of political communication* (47–58). Oxford University Press.
- Blumler, J. G., McLeod, J. M., & Rosengren, K. E. (1992). *Comparatively speaking: Communication and culture across space and time*. Sage.
- Bohrmann, H., & Sülzer, R. (1973). Massenkommunikationsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. In J. Aufermann, H. Bohrmann und R. Sülzer (Hrsg.), *Gesellschaftliche Kommunikation und Information*, Bd. 1 (83–120). Athenäum.
- Brogi, E., Nenadić, I., & Parcu, O. L. (Hrsg.) (2025). *Media pluralism in the digital era: Legal, economic, social, and political lessons learnt from Europe*. Routledge.
- Bücher, K. (1917). *Die Entstehung der Volkswirtschaft*, 10. Aufl. H. Laupp.

- Centre for Media Pluralism and Media Freedom (2024). *Monitoring media pluralism in the digital era: application of the media pluralism monitor in the European member states and in candidate countries in 2023*. European University Institute. <https://hdl.handle.net/1814/77028> [18.05.2025].
- Dogruel, L. (2019). Medienstrukturen quo vadis? Ein Debattenbeitrag. *Publizistik*, 64, 7–14. <https://doi.org/10.1007/sl1616-018-00464-0>
- Dogruel, L., de la Durantaye, K., Elmer, C., Gostomzyk, T., & Lobigs, F. (2025). *Potenzialanalyse: Perspektiven für Digitalen Public Value im ZDF*. <https://kurz.zdf.de/VRdpvZDF/> [18.05.2025].
- Donges, P., & Jarren, O. (2022). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Eine Einführung* (5. Aufl.). Springer VS.
- Esser, F., & Pfetsch, B. (2023). Political communication. In D. Caramani (Hrsg.), *Comparative politics* (353–378). Oxford University Press.
- Europäisches Parlament und Rat (2022). Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG (Gesetz über digitale Dienste). <http://data.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj> [18.05.2025].
- Europäisches Parlament und Rat (2024a). Verordnung (EU) 2024/900 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. März 2024 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung. <http://data.europa.eu/eli/reg/2024/900/oj> [18.05.2025].
- Europäisches Parlament und Rat (2024b). Verordnung (EU) 2024/1083 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. April 2024 zur Schaffung eines gemeinsamen Rahmens für Mediendienste im Binnenmarkt und zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU (Europäisches Medienfreiheitsgesetz). <http://data.europa.eu/eli/reg/2024/1083/oj> [18.05.2025]
- Fürst, S., Vogler, D., Sörensen, I., et al. (2020). Wirklich irrelevant? Sichtbarkeit und thematische Einordnung der Medien- und Kommunikationswissenschaft in Schweizer Medien. *Publizistik*, 65, 545–566. <https://doi.org/10.1007/sl1616-020-00601-8>
- Gerhardt, V. (2012). *Öffentlichkeit: Die politische Form des Bewusstseins*. Beck.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Polity Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harper & Row.
- Haller, A., Wied, K., Mayer, F. L., & Michael, H. (2019). Ein Fach ohne Stimme? Zustand & Zukunft der Wissenschaftskommunikation. Mit Beiträgen von Eva Baumann, Alexandra Borchardt, Nele Heise, Lars Rinsdorf, Rudolf Stöber, Markus Weißkopf und Christian Stöcker. *Aviso: Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*, 01/2019, 2–13.
- Heinich, N. (2020). Ten proposals on values. *Cultural Sociology*, 14(3), 213–232. <https://doi.org/10.1177/749975520922173>
- Herczeg, P. (2021). *Das Maß der Würde: Ein Menschenrecht als kommunikative Herausforderung*. Facultas.
- Imhof, K., & Schulz, P. (1995). Vorwort der Herausgeber. In K. Imhof & P. Schulz (Hrsg.), *Medien und Krieg – Krieg in den Medien* (7–12). Seismo.
- Jarren, O. (2017). Strukturwandel der Öffentlichkeit unter digitalen Bedingungen. *Neue Gesellschaft – Frankfurter Hefte*, 9, 46–50. <https://www.frankfurter-hefte.de/artikel/strukturwandel-der-oeffentlichkeit-unter-digitalen-bedingungen-2429/> [18.05.2025].
- Jarren, O., Künzler, M., & Puppis, M. (2019). Medienstrukturen als zentrales Forschungsfeld der Kommunikationswissenschaft: Zu Leyla Dogrues Beitrag „Medienstrukturen quo vadis?“ *Publizistik*, 64, 417–426. <https://doi.org/10.1007/sl1616-019-00517-y>
- Kant, I. (2020 [1784]). Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung? In W. Weischedel (Hrsg.), *Werkausgabe*, Bd. XI, 20. Aufl. (51–61). Suhrkamp.
- Knoche, M. (2013). Medienkonzentration. In B. Thomaß (Hrsg.), *Mediensysteme im internationalen Vergleich*, 2., überarb. Aufl. (135–160). UVK.
- Kreisky, E., & Löffler, M. (2010). Demokratietheorieentwicklung im Kontext gesellschaftlicher Paradigmen. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 39(1), 89–104.
- Lewis, S. C. (2020b). What is communication research for? Wrestling with the relevance of what we do. In M. Powers & A. Russell (Hrsg.), *Rethinking media research for changing societies* (S. 171–183). Cambridge University Press

- Lazarsfeld, P. F., & Merton, R. K. (1948). Mass communication, popular taste and organised social action. In L. Bryson (Hrsg.), *The communication of ideas* (95–118). The Institute for Religious and Social Studies.
- Mayntz, R., & Scharpf, F. W. (1995). Der Ansatz des akteurzentrierten Institutionalismus. In R. Mayntz & F. W. Scharpf (Hrsg.), *Gesellschaftliche Selbstregelung und politische Steuerung* (39–72). Campus.
- McLeod, J., & Blumler, J. G. (1987). The macrosocial level of communication science. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Hrsg.), *Handbook of communication science* (271–322). Sage.
- Melischeck, G., & Seethaler, J. (2011). Structural theory. In G. Barnett (Ed.), *Encyclopedia of social networks*, Bd. 2 (829–832). Sage.
- Melischeck, G., & Seethaler, J. (2022). Öffentlichkeit und Presse in der Habsburgermonarchie. In T. Nicklas & M. Birk (Hrsg.), *Aufklärungsdiskurse in der deutschsprachigen Regionalpresse Zentral-europas, 1800–1920* (1–56). EPURE – Editions et Presses Universitaires de Reims. <https://hal.univ-reims.fr/hal-03840399> [18.05.2025].
- Nielsen, R. K. (2018). No one cares what we know: Three responses to the irrelevance of political communication research. *Political Communication*, 35, 145–149.
- OSZE (1998). The Oslo recommendations regarding the linguistic rights of national minorities & explanatory note. <https://www.osce.org/files/f/documents/8/1/67531.pdf> [18.05.2025].
- Pätzold, U. (2013). Die Zeitung ohne Redaktion und Defizite der Wissenschaft. *European Journalism Observatory*. <https://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/zeitung-ohne-redaktion> [18.05.2025].
- Prinzing, M., Seethaler, J., Eisenegger, M., & Ettlinger, P. (2024). *Regulierung, Governance und Medienethik in der digitalen Gesellschaft* (Reihe Mediensymposium). Springer VS. <https://link.springer.com/book/9783658424770>
- Puppis, M. (2025). Medienstrukturen. In U. Röttger, K.-D. Altmeppen & E. Klaus (Hrsg.), *Kommunikationswissenschaft* (S. 277–329). Springer VS.
- Puppis, M. (2023). *Medienpolitik: Grundlagen für Wissenschaft und Praxis*. 3. überarb. Aufl. utb.
- Puppis, M., Jarren, O., & Künzler, M. (2013). Mediensysteme, Institutionen und Medienorganisationen als Forschungsfeld der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. In M. Puppis, M. Künzler, & O. Jarren (Hrsg.), *Media structures and media performance / Medienstrukturen und Medienperformance* (11–44). Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Rosen, J. (2012). The people formerly known as the audience. In M. Mandiberg (Hrsg.), *The social media reader* (13–16). New York University Press.
- Schimank, U. (1996). *Theorien gesellschaftlicher Differenzierung*. Leske + Budrich.
- Schmidt, M. G. (2021). *Systemvertrauen und Journalismus im Neoliberalismus*. transcript.
- Schmidt, V. A. (2008). Discursive institutionalism: The explanatory power of ideas and discourse. *Annual Review of Political Science*, 11, 303–326.
- Seethaler, J. (2025). Media systems theory. *Oxford Bibliographies – Communication*. <https://www.oxfordbibliographies.com/display/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0185.xml> [18.05.2025].
- Tewksbury, D., & Scheufele, D. A. (2020). News framing theory and research. In M. B. Oliver, A. A. Raney & J. Bryant (Hrsg.), *Media effects: Advances in theory and research*, 4. Aufl. (51–68). Routledge.
- Trappel, J., & Tomaz, T. (2021). *The media for democracy monitor 2021*. 2 Bde. Nordicom.
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2021). *Outside the bubble: Social media and political participation in Western democracies*. Oxford University Press.
- Weber, M. (1911). Geschäftsbericht. In *Verhandlungen des Ersten Deutschen Soziologentages vom 19. bis 22. Oktober 1910 in Frankfurt a. M.* (39–62). J. C. B. Mohr (Paul Siebeck).



© Josef Seethaler / Mark Eisenegger / Petra Herczeg / Marlis Prinzing