

Pressemitteilung

Qualitätspotenziale im Journalismus

„Nachrichten und Qualität. Was Mediennutzer vom Journalismus erwarten und wie sie dessen Leistung beurteilen (können)“. Fachtagung der Universität Hohenheim im Schader-Forum in Darmstadt

Darmstadt, 7. Februar 2013. Viele Medien setzen im Kampf um Publikumserlöse auf Boulevardisierung und Emotionalisierung. Die Konkurrenz zwischen traditionellen Nachrichtenangeboten und journalistischen Online-Angeboten, z.B. Weblogs oder Communities, erhöht den Wettbewerbsdruck zusätzlich. Eine Reaktion vieler Medienunternehmen sind Einsparungen. Doch sie führen ab einem gewissen Punkt unweigerlich zum Verlust journalistischer Qualität.

Journalisten klagen über zu wenig Zeit für Recherche und einen starken Einfluss von Herausgebern und Werbekunden auf die Berichterstattung, so Frank Überall, Journalist, Politik- und Medienwissenschaftler. Investigativer Journalismus und inhaltlicher Tiefgang treten in den Hintergrund. Parallel dazu häufen sich mit zunehmendem Zeitdruck Fehler und Ungenauigkeiten in der Berichterstattung. Damit stellt sich die Frage: Bemerkten Mediennutzer Qualitätseinbußen? Wenn ja: Stören diese sie überhaupt? Oder hat das Publikum andere Vorstellungen von journalistischer Qualität als die Anforderungen, die eine demokratische Gesellschaft an eine leistungsfähige Medienberichterstattung stellt: Relevanz, Ausgewogenheit, Vielfalt, Richtigkeit und Verständlichkeit. Diese Fragen thematisierte eine Fachtagung im Schader-Forum in Darmstadt, zu der Wissenschaftler, Journalisten und Pressesprecher zusammen kamen.

Einen ersten Einblick in das Thema lieferte Christoph Neuberger von der Ludwig-Maximilians-Universität München. Er zeigte, dass der persönliche Nutzen, den einzelne aus Medienangeboten ziehen, nicht den gesellschaftlichen Erwartungen entsprechen muss, die an Medien gestellt werden. Obwohl Bürger in Umfragen die Wichtigkeit von Bildungs- und Informationsangeboten bestätigen, bevorzugen sie im konkreten Fall häufig Unterhaltung. Klaus Arnold von der Universität Trier und Dennis Reineck von der Universität Hamburg belegen in ihren Studien erhebliche Unterschiede zwischen Publikumsgruppen: Was für den bildungsbürgerlichen Leser der überregionalen Presse journalistische Qualität bedeutet, hat nur wenig mit den Qualitätserwartungen jüngerer Zuschauer des Privatfernsehens zu tun.

Mit den Qualitätsdimensionen von Nachrichtenbeiträgen aus Publikumssicht beschäftigten sich Wolfgang Schweiger und Juliane Urban von der Universität Hohenheim in Stuttgart. In einem mehrjährigen Forschungsprojekt kommen sie zur Erkenntnis, dass Mediennutzer die Qualität von Nachrichten nur schwer beurteilen können, zumindest wenn man gesellschaftsrelevante Kategorien anlegt. Letztlich kommt es bei der Beurteilung auf das Image von Medienmarken an, das nicht die kurzfristige, sondern die langfristige Qualität von medialen Angeboten wiedergibt.

David Biesinger, Programmchef des Inforadios des Rundfunks Berlin-Brandenburg, ergänzte, dass sich Publikumsreaktionen durchaus häufig auf die Qualität von Sendungen beziehen, dabei aber meist subjektive Aspekte im Mittelpunkt stehen.

Die Schader-Stiftung fördert die Gesellschaftswissenschaften und deren Dialog mit der Praxis. Das Institut für Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim ist einer der führenden deutschen Standorte für Forschung und Lehre im Bereich Medien, Public Relations und Journalistik.

Kooperationspartner:

UNIVERSITÄT HOHENHEIM



Schader Stiftung

Schader-Stiftung :: Goethestraße 2 :: 64285 Darmstadt

Kontakt: Peter Lonitz :: Telefon 06151/17 59-17 :: lonitz@schader-stiftung.de

Seite 1 der Pressemitteilung vom 7. Februar 2014