

Annika Geuß

Qualität im Journalismus

Eine Synopse zum aktuellen Forschungsstand



8 Bamberger Beiträge zur Kommunikationswissenschaft

Bamberger Beiträge
zur Kommunikationswissenschaft

Band 8

hg. von Markus Behmer, Rudolf Stöber,
Anna Maria Theis-Berglmair und Carsten Wünsch



University
of Bamberg
Press

2018

Qualität im Journalismus

Eine Synopse zum aktuellen Forschungsstand

Annika Geuß

Bibliographische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Informationen sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk ist als freie Onlineversion über den Hochschulschriften-Server (OPUS; <http://www.opus-bayern.de/uni-bamberg/>) der Universitätsbibliothek Bamberg erreichbar. Kopien und Ausdrücke dürfen nur zum privaten und sonstigen eigenen Gebrauch angefertigt werden.

Redaktion: Holger Kellermann
Satz und Umschlaggrafik: Annika Geuß
Herstellung und Druck: docupoint, Magdeburg
Umschlaggestaltung: University of Bamberg Press, Larissa Günther

© University of Bamberg Press Bamberg 2018
<http://www.uni-bamberg.de/ubp/>

ISSN: 2197-053X
ISBN: 978-3-86309-585-7 (Druckausgabe)
eISBN: 978-3-86309-586-4 (Online-Ausgabe)
URN: urn:nbn:de:bvb:473-opus4-520210
DOI: <http://dx.doi.org/10.20378/irbo-52021>

Danksagung

Ich danke dem Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Bamberg und den Herausgebern dieser Reihe, Prof. Dr. Markus Behmer, Prof. Dr. Rudolf Stöber, Prof. Dr. Anna M. Theis-Berglmair und Prof. Dr. Carsten Wunsch für ihr Vertrauen in diese Arbeit.

Insbesondere Prof. Dr. Theis-Berglmair, die dieses Projekt ermöglichte, danke ich für ihre inhaltlich wie persönlich gute Betreuung und Ermutigung. Dipl.-Germ. Holger Kellermann, der die Redaktion dieses Bandes betreute, danke ich für seine unermüdliche Korrekturarbeit. Dr. Gabriele Mehling danke ich für ihre hilfreichen Ratschläge.

Außerdem danke ich meiner Familie, meinen Freunden und Kommilitonen, die mich auf vielfältige Weise unterstützt und mir mit kreativen Ideen und guten Fragen geholfen haben, das Projekt voranzubringen.

INHALT

VORWORT DER HERAUSGEBER	7
1. EINLEITUNG	11
2. QUALITÄT ALS KONZEPT – ANNÄHERUNG AN EIN CHAMÄLEON	15
2.1 Definitionen und Dimensionen von Publizistischer Qualität	15
2.2 Vorläufer u. Nebenschauplätze: Ursprung d. Qualitätsdiskurses ..	23
2.3 Drei Qualitätsforschungsansätze: Journalismusperspektiven	28
2.3.1 System- und demokratietheoretische Perspektive	30
2.3.2 Akteursbezogen-handlungstheoretische Perspektive	33
2.3.3 Ökonomisch-publikumsorientierte Perspektive	36
2.4 Funktionen von Nachrichten für Publikum und Demokratie	38
2.5 Visualisierung: „Publizistische Qualität“ in der Forschung	41
3. KRITERIENKATALOGE DER EMPIRISCHEN QUALITÄTSFORSCHUNG	47
3.1 Vertreter der system- und demokratietheoretischen Perspektive ..	48
3.1.1 McQuail 1992: Demokratische Normen.....	49
3.1.2 Schatz/Schulz 1992: Rechtliche Grundlagen	50
3.1.3 Ruß-Mohl 1992 und 1994: Qualitätsdimensionen.....	50
3.1.4 Rager 1994: Qualität als Zielvorgabe	54
3.1.5 Hagen 1995: Nachrichtenagenturen als Qualitätsinstanzen.....	55
3.1.6 Voltmer 1998/99: Leistung der Politikberichterstattung.....	57
3.1.7 Pöttker 2000: Historische Journalismustheorie	59
3.1.8 Maurer 2005: Rundfunkleistungen im Zeitverlauf.....	61
3.2 Vertreter d. akteursbezogen-handlungstheoretischen Perspektive.	62
3.2.1 Schröter 1995: Normen in der Wirtschaftsberichterstattung....	63
3.2.2 Wyss 2002: Qualitätssicherung durch TQM	64
3.2.3 Hermes 2006: Anregungen für die Praxis.....	67
3.3 Vertreter der ökonomisch-publikumsorientierten Perspektive	68

3.3.1 Arnold 2009: Zeitungleser und Qualitätstypen.....	69
3.3.2 Zubayr/Geese 2009: Qualität von Fernsehnachrichten	70
3.3.3 Voigt 2016: Entstehung von Qualitätsurteilen.....	72
3.4 Überblick der Qualitätskriterien.....	74
4. METHODISCHE HERAUSFORDERUNGEN DER QUALITÄTSFORSCHUNG	85
4.1 Qualitative und quantitative Methoden.....	86
4.2 Messverfahren zur Qualitätsbeurteilung aus Rezipientensicht	91
5. NACHRICHTENQUALITÄT AUS REZIPIENTENSICHT	97
5.1 Urteilsfähigkeit der Rezipienten	98
5.2 Intervenierende Faktoren der Qualitätsbeurteilung	99
5.3 Erwartungen der Rezipienten zur Nachrichtenqualität	103
6. FAZIT	107
LITERATURVERZEICHNIS	111
VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN UND TABELLEN	123
ANHANG: ANNOTIERTE BIBLIOGRAFIE	125

Vorwort der Herausgeber

Angesichts der Zunahme von Akteuren, die sich der Textproduktion widmen und der on- und offline verfügbaren vielfältigen Beiträge erweist sich die Frage der Besonderheit journalistischer Texte als ebenso aktuell wie dringlich. Seitens der Praxis wird dabei immer häufiger auf die Qualität journalistischer Texte, insbesondere Nachrichten, im Vergleich zu anderen Publikationen verwiesen, ein Aspekt, der von Verlagsseite gerne als Kern einer Markenbildung herangezogen wird. Aber wie steht es tatsächlich um die Qualität journalistischer Produkte, wie kann man diese messen und ist das, was die Kommunikationswissenschaft als Messmethode vorschlägt auch das, was Rezipienten unter „Nachrichtenqualität“ verstehen?

Diesen Fragen geht Annika Geuß in der vorliegenden Arbeit nach, aber nicht in Form einer weiteren empirischen Untersuchung. Stattdessen wirft sie einen Blick auf die bisher vorliegenden Studien zu diesem Themenbereich, auf die dort verwendeten theoretischen Grundlagen und das methodische Vorgehen. Dabei zeigt sich, dass die Qualitätsfrage aus Rezipientensicht bei weitem nicht so große Aufmerksamkeit erhalten hat wie die vielfältigen Versuche, Qualität aus Sicht der Forscher zu definieren. Das dürfte sich in Zukunft vermutlich ändern.

Die Arbeit liefert einen schnellen und genauen Überblick über die bisherigen Anstrengungen, das multifaktorielle Konstrukt „journalistische Qualität/Nachrichtenqualität“ zu erfassen. Das ist der Autorin sehr schön gelungen. Dabei geht es nicht nur um die Darstellung des Forschungsstands, sondern auch um die Konsequenzen des theoretischen und methodischen Designs der verschiedenen Studien. Weil Frau Geuß bei ihrem Vorgehen außerordentlich präzise arbeitet, schafft sie mit ihrem Überblick eine gute Ausgangslage für künftige Forschungen zu diesem Thema. Das hat die Herausgeber letztlich bewogen, die Abschlussarbeit als Band 8 in die Reihe BaBeKo aufzunehmen, nicht ohne Stolz, dass eine solche Qualität bereits auf Bachelorebene erreichbar ist.

Bamberg, im Mai 2018

*Markus Behmer
Rudolf Stöber
Anna M. Theis-Berglmair
Carsten Wunsch*

1. Einleitung

Bei der Verleihung des Deutschen Fernsehpreises 2017 hielt der ZDF-Journalist Christian Sievers die Laudatio für die vielbeachtete Kategorie „Beste Information“. Er betonte die aktuelle Relevanz der Qualitätsstandards im Informationsjournalismus: „Nie waren Sorgfalt in der täglichen Arbeit, Verlässlichkeit, Vertrauen also, so wichtig wie heute. Selten war die Suche nach Wahrheit, das Herausarbeiten von Fakten so essentiell und gleichzeitig so in Gefahr“ (ZDF 2017: online). Der erfahrene Auslandsreporter Sievers¹ hat den Begriff „Qualität“ zwar nicht genannt, aber implizit gemeint: Er zählte Merkmale auf, die guten Journalismus im Kern ausmachen, die seine Existenz, seinen Stellenwert (und seine Gebührenfinanzierung) legitimieren.

Das meritorische Element einer Dienstleistung ergibt sich aus ihrem Nutzen, ihrer Hochwertigkeit, ihrer regelgeleiteten und kontrollierten Produktion – so entsteht Qualität. Die besondere Rolle der öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen als allgemein anerkannte Informationsquelle und damit Lieferant gesellschaftsverbindenden Konsenswissens über die Welt und das eigene Umfeld verlangt diese Qualitätsmerkmale vom Nachrichtenjournalismus. Dies gilt in gleicher Weise für den Print- und Hörfunkbereich und wird auch von den Online-Pendants der Nachrichtenmedien verlangt.

Sievers sieht die Erfüllung dieser Verantwortung aktuell in Gefahr, wie viele andere Journalisten, Wissenschaftler und Rezipienten auch. Ein „Verfall“ der Nachrichtenqualität ist längst nicht bewiesen, beschäftigt Wissenschaft und Gesellschaft trotzdem wie kaum ein anderes Thema. Dabei ist die aktuelle Krise keineswegs neu oder einzigartig. Tatsächlich gab es in Deutschland und weltweit immer wieder Glaubwürdigkeitsdebatten, die von medieninternen wie -externen Ereignissen und Umbrüchen ausgelöst wurden und auch überwunden werden konnten. Auch diese Krise wird überwunden werden. Nur wie und womit?

1 Sievers berichtete vor Ort über den 11. September 2001, aus Krisengebieten im Nahen Osten und war Leiter des ZDF-Auslandsstudios in Tel Aviv (vgl. News Aktuell; DPA 2009: online).

Die Existenz von Unsicherheit und Misstrauen – Gegenstücke von Verlässlichkeit und Vertrauen – gegenüber traditionellen Informationsquellen und die schwierige Beweisführung beim Rückgewinn des Vertrauens geben der Wissenschaft, besonders der Kommunikationswissenschaft, den Auftrag, Fragen zu stellen: Warum empfinden Teile der Gesellschaft Misstrauen gegenüber dem Informationsjournalismus? Warum suchen Rezipienten nach „Alternativen“? Wie lässt sich journalistische Arbeit neu legitimieren? Was tun Journalisten, um glaubwürdige, hochwertige Arbeit zu liefern? Welche Maßnahmen erzeugen und sichern Nachrichtenqualität?

Die Antwort auf solche Fragen setzt Klarheit über die verwendeten Begriffe voraus. Merkmale, Eigenschaften, Standards – wie man die Regeln für hochwertigen Journalismus auch nennt, Begriffe wie Wahrheit und Vertrauen sind große Worte und für die objektive Beurteilung schwer fassbar. Die Beschäftigung mit der aktuellen Krise des Nachrichtenjournalismus erfordert zuerst eine systematische Darstellung des Konzepts journalistische Qualität. Damit wird es ebenfalls zur Aufgabe der Wissenschaft, die Ausprägungen der Qualitätskonzepte zu umreißen und operationalisierbar zu machen.

Da Qualitätskrisen und -debatten in Gesellschaft und Wissenschaft kein neues Phänomen sind und bereits Erkenntnisse gesammelt wurden, ist es notwendig, die vorhandenen Werke zu sichten, zu ordnen und hinsichtlich ihrer Nutzbarkeit für die heutigen Herausforderungen zu bewerten. Dies für die Kommunikationswissenschaft zu leisten, ist das Ziel der vorliegenden Arbeit.

Diese Literaturübersicht behandelt, so weit wie forschungsökonomisch möglich, alle prägenden Autoren und Studien der publizistischen Qualitätsforschung, insbesondere häufig zitierte Kriterienkataloge und wichtige explorative Arbeiten. Durch die Lektüre der Sekundärliteratur konnte ein Kollektiv von Autoren identifiziert werden, welches sich durch seine regelmäßige Zitation dafür qualifiziert, als repräsentativer Kern des Forschungsfelds Qualität im Journalismus verstanden zu werden. Dazu gehören: McQuail (USA), Hagen, Schatz/Schulz, Ruß-Mohl, Wyss (CH), Arnold, Pöttker, Weischenberg. Diese Autoren bilden den zweiten Teil der Arbeit, welcher ihre Kriterienkataloge und deren Anwendung in der empirischen Forschung analysiert und kritisiert. Dazu

wird Kapitel 3 deskriptiv-analytisch die Inhalte und Methoden wegweisender Studien darlegen und die chronologische Entwicklung des Diskurses zeigen, Kapitel 4 die methodischen Probleme und Lösungen der Qualitätsmessung diskutieren und Kapitel 5 die Ergebnisse in Bezug zur Rezipientenforschung vorstellen, also konkret die „Nachrichtenqualität aus Rezipientensicht“ erörtern.

Die Rezipientenperspektive wurde in der Kommunikationswissenschaft in vielen Bereichen vernachlässigt, auch in der Qualitätsforschung. Ihre Relevanz in dieser Arbeit erhält sie zum einen durch diese Lücke. Zum anderen begründet sich ihre Relevanz durch die Tatsache, dass Medien für Menschen gemacht sind, dass Nachrichten für Bürger geschrieben werden, und dass Rezipienten mit ihrem Konsum und Vertrauen letztlich über den Erfolg des Journalismus entscheiden. In diesem Verständnis betrachtet die vorliegende Arbeit die Qualitätsdebatte als Notwendigkeit in einer funktionierenden Gesellschaft und den Einbezug der Rezipienten als Notwendigkeit für die lösungsorientierte Kommunikationswissenschaft.

Die Leitfrage für diesen ersten Schritt jeder Forschung, die Literaturübersicht, soll sein: „Wie ist der Forschungsstand zum Thema Nachrichtenqualität?“ Genauer: „Welche sind die theoretischen Grundlagen, thematischen Schwerpunkte und geeigneten Methoden der publizistischen Qualitätsforschung?“

2. Qualität als Konzept – Annäherung an ein Chamäleon

Kapitel 2 betrachtet zunächst den scheinbar simplen Hauptbegriff dieser Arbeit: Nachrichtenqualität. Eine erste Annäherung an den Qualitätsbegriff im Allgemeinen wird zeigen, wie vielschichtig dieser Alltagsbegriff im journalistischen Zusammenhang wird und wie komplex seine wissenschaftliche Bestimmung ist (2.1). Danach wird die Entwicklung der Qualitätsdebatte skizziert, um den Begriff in den Gesamtkontext der Journalismusforschung einzubetten (2.2). Um journalistische Qualität definieren zu können, müssen mögliche Journalismusverständnisse betrachtet werden, deren unterschiedliche Erwartungen und Gewichtungen an Produkte und Akteure jeweils andere Qualitätskonzepte hervorbringen (2.3). Da der Schwerpunkt dieser Arbeit auf „Nachrichten“ liegt, werden kurz die Funktion der Gattung, ihre handwerklichen Standards und Nutzungsmotive von Rezipienten erläutert (2.4). Das Grundlagenkapitel wird abgeschlossen durch eine Visualisierung (2.5), in der Dimensionen und Wechselbeziehungen innerhalb der Qualitätsforschung dargestellt werden. Diese Grafik kann als Orientierungshilfe und zur Verortung der vorgestellten Studien dienen.

2.1 Definitionen und Dimensionen von Publizistischer Qualität

Ruß-Mohl hat das Grundproblem in einem vielbeachteten Artikel, in dem er Ansätze zur Qualitätsdefinition systematisiert, auf den Punkt gebracht: „Qualität im Journalismus definieren zu wollen, gleicht dem Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln“ (1992: 85; 1996: 102). Dieses desillusionierende Zitat wird erschöpfend häufig wiedergegeben, steht aber zu Recht als Motto des Forschungsfeldes, zumindest für den Diskurs der 1990er Jahre. Am Ende eines Jahrzehnts voller wegweisender Werke stellte der Schweizer Wyss fest, dass die Forschung vorangekommen sei, „dem Qualitätsdiskurs etwas Stärkemehl beigemischt“ habe (Wyss 2000: 21) und journalistische Leistung jetzt messbar sei. Mittlerweile heißt es noch optimistischer: „Inzwischen sind viele Nägel eingeschlagen worden und der Pudding scheint immer besser an der Wand zu halten“ (Arnold 2016: 556). Wie genau sieht der Pudding nun aus?

„Qualität“ meint zunächst ganz neutral „Beschaffenheit, Zustand“. Die Alltagssprachliche Assoziation mit „Hochwertigkeit“ wird erst in der zweiten Bedeutungsebene „Niveau, Wert“ angedeutet (vgl. Duden 2017: online). Laut DIN EN ISO 8402 ist Qualität die „Gesamtheit von Merkmalen einer Einheit bezüglich ihrer Eignung, festgelegte und vorausgesetzte Erfordernisse zu erfüllen“ (Piechotta 2008: 6). Im Erreichen oder Nicht-Erreichen von Zielen wird Qualität somit messbar und wird zu einem Leistungskonzept. Bezogen auf publizistische Qualität handelt es sich demnach um den Erfolg oder Misserfolg des Journalismus, gemessen an festen Regeln und Forderungen. Durch die „Vielzahl möglicher – und teils widersprüchlicher Einzelforderungen – aus unterschiedlichen Systemen der Gesellschaft“ (Handstein 2010: 11) ist eine exklusive Legitimationslogik der „Erfordernisse“ nicht abschließend bestimmbar. Spannend ist, dass die Nachfolgenorm EN ISO 9000 die Definition um einen Aspekt erweitert, den auch die kommunikationswissenschaftliche Qualitätsforschung aufgegriffen hat: Qualität sei das „Vermögen einer Gesamtheit inhärenter Merkmale eines Produkts, eines Systems oder eines Prozesses zur Erfüllung von Forderungen von Kunden“ (Piechotta 2008: 6; Stiller 2015: online).

Was ehemals „Einheiten“ hieß, wird jetzt ausdifferenziert: Im Journalismus kann sich Qualität auf Produkte wie Zeitungen oder Produktinhalte wie Nachrichtensendungen beziehen, auf redaktionelle Strukturen eines Medienhauses oder den akteursbezogenen Handlungen im täglichen Prozess des Nachrichtenschreibens (vgl. Handstein 2010: 10). Statt „Erfordernissen“, mit denen Mediengesetze, redaktionelle Blattlinien oder handwerkliche Standards gemeint sein können, entscheiden nach dem neuen wirtschaftlichen Verständnis die Kunden – das Publikum – über das Level der Qualität. DI-Normen werden häufig als Bezugspunkt genannt (u. a. Hagen 1995: 32; Wyss 2002: 96; Arnold 2009: 118; Weischenberg 2006a: 12, Handstein 2010: 10, Mayer 2013: 74) – ein Versuch, das subjektive Konstrukt in ein handliches, objektives System zu zwingen. Dessen Fehlen begründet sich auch in der Natur des Journalismus: Da Unabhängigkeit und Pressefreiheit Voraussetzungen für guten Journalismus sind, würde ein vereinheitlichtes, staatliches Qualitätssystem wie in der Industrie die Autonomie der Journalisten untergraben. Die Logik der DI-Definition und der Einbezug der Kunden

ähneln dennoch der Argumentation der Qualitätsforscher – und Journalismus ist trotz allem normativen Idealismus auch ein Wirtschaftszweig.

Bis hierher wirkt Medienqualität wie ein weites, aber recht klares Konstrukt, dessen Vorhandensein mit eindeutigen Operatoren wie Gesetzen (Schatz/Schulz 1992) gemessen werden kann. Dem ist nicht so, denn während viele Kataloge zu übereinstimmenden Kriterien gelangen und diese Operatoren oft eindeutig sind, folgt ihre Anwendung nicht nur einer einzigen Systematik, sondern führt je nach Argumentationsgrundlage zu völlig unterschiedlichen Formen von Qualität.

Vielfach wird in der Forschung über Unterscheidungen wie „objektive“ und „subjektive“ Qualität diskutiert. Erstere soll empirisch problemlos messbar sein, während zweite „interpretativ und philosophisch ergründet werden muss“ (Wallisch 1995: 77). Zu objektiver Qualität gehören formale Prinzipien, Textgattungen, sprachliche Korrektheit; zu subjektiver Qualität inhaltliche Prinzipien, (subjektive Nutzer-)Funktionalität, literarischer Stil und weitere (vgl. Wallisch 1995: 100). Damit zeichnen sich verschiedene Qualitätsformen ab: inhaltliche, thematische, formale, semantische, um nur die häufigsten zu nennen. Sie alle beziehen sich lediglich auf das publizistische Endprodukt (z. B. eine Nachrichtensendung) und klammern den journalistischen Prozess (also Recherche etc.) bei der Qualitätsbewertung aus.

Der Vorreiter Ruß-Mohl kam zu dem Schluss: „Einen Qualitätsmaßstab gibt es nicht“ (Ruß-Mohl 1992: 85; 1996: 102). Dies begründet sich auch damit, dass Journalismus eine Dienstleistung ist, bei der Informationen vermittelt werden, deren Relevanz für das Publikum (ein Kollektiv) die Journalisten (Individuen) vermuten müssen: „Es ist ein subjektiver Maßstab, den man anlegen muss [...] über journalistische Qualität lässt sich nicht in dieser breiten Sicht, und schon gar nicht mit absoluten Wertmaßstäben diskutieren“ (Korbmann 1993: 142). Genau diesen zu finden und bestimmte Wertmaßstäbe als exklusiv anzusehen, empfindet Neuberger fünfzehn Jahre später immer noch als „Grundfehler“ der Forschung (vgl. Neuberger 2011: 16). Qualität, selbst formale, sei abhängig von Genre und Medium, Zielgruppe und erwünschter Funktion des Journalismus und ist damit grundsätzlich ein relatives, normatives, subjektives Konstrukt. Das zeigt sich auch in Göpferts Kriterienkatalog, der als einer der ersten auf die Notwendigkeit von genrespezifischen

schen, formalen Qualitätskriterien hinweist (vgl. Göpfert 1993: 104; siehe Radio-Kriterien bei Vowe/Wolling 2004; Online-Kriterien bei Neuberger 2011; öffentlich-rechtliches TV bei Mayer 2013).

Objektivität, die so oft im Zusammenhang mit journalistischer Qualität gefordert wird, schließt sich damit als Messkategorie aus (vgl. Neuberger 2011: 16). Eine Ausnahme stellen die wenigen formalen Qualitätskriterien dar, deren Vorhandensein mit einem binären Codesystem eindeutig belegt werden kann. Der Objektivitätskonflikt liegt in der Natur der Sache, denn Qualität kann nur wahrgenommen werden, wenn eine Bewertung vorgenommen wird. Wertende Aussagen bestehen nach Neuberger aus vier Aspekten: Subjekt (Wer?), Objekt (Was?), Prädikat (Wie?), Wert (Woran/wonach wird beurteilt?) und haben drei Gebiete der Qualitätsforschung zur Folge: Definition, Messung und Sicherung von Qualität (vgl. ebd.: 13). Für die Qualitätsbestimmung sei der jeweilige Akteur mit seinen Interessen und die daraus resultierende Perspektive entscheidend.

Die Perspektivenvielfalt erzeugt zwangsweise Widersprüche. Neuberger hält konsensfähige Qualitätsmaßstäbe innerhalb der Akteursmilieus dennoch für möglich, da beispielsweise auf Rezipientenseite bestimmte Bürgerrollen ähnliche Medienerwartungen erzeugen (vgl. ebd.: 17f.). Die eigentliche Problematik besteht dann in der medienpraktischen Vereinigung der vielen Qualitätskonzepte. Einem ähnlichen Gedanken folgt Ruß-Mohls Verweis auf verschiedene Funktionstypen von Journalisten („Schmutzaufwirbler“ oder „dynamische Unternehmer“), deren Arbeit nicht vergleichbar und an einheitlichen Maßstäben messbar sei (vgl. Ruß-Mohl 1992: 85; 1996: 102).

Nähert man sich dem Qualitätskonzept also über die Akteure, wird Qualität meist als „Qualität der Journalisten“, als „Leistung“ von Redakteuren verstanden. Nicht überraschend, dass Journalisten ihr Verständnis von Qualität größtenteils mit Bezug auf ihre Arbeitsweise („Qualität der Sprache, Schnelligkeit [...], Trennung von Information und Meinung“) und ihr Selbstverständnis bei der Funktion von Journalismus erklären („Leser befähigen, sich selbst ein Urteil zu bilden [...], Wächterfunktion, kritische Sichtweise“) (Redakteure beim Frankfurter Presseclub, zit. nach Ruß-Mohl 1992: 84; 1996: 101).

Der Leistungsgedanke wurde durch die erste Monografie des neuen Forschungsfeldes, McQuails „Media Performance“ (1992) geprägt. Im englischen Sprachraum lautet der Fachbegriff nicht „media quality“, sondern „performance“ oder „assessment“ (vgl. Hermes 2006: 20; Hagen 1995: 35). Damit wird der Qualitätsdiskurs mit Blick auf den Prozessverlauf der Produktion geführt, entgegen der auf das Endprodukt gerichteten Interpretation im Deutschen und der Assoziation mit „wertvoller Kommunikation“ (Hohlfeld 2003: 205).

Maßgebend für Qualität als journalistische Leistung sind auch journalistisch-handwerkliche Standards, die Schröter als „Praktische Grundlagen der journalistischen Qualität“ (Schröter 1995: 43) bezeichnet und damit zu notwendigen Voraussetzungen für inhaltliche Qualität erklärt. Wenngleich sich Schröter auf die in allgemeiner „Praktikerliteratur“ (ebd.) vermittelten Handwerksregeln bezieht, entstehen manche Regeln² als Traditionen in einzelnen Ausbildungsbetrieben und Redaktionen. Aus diesen Mikrokosmen abgeleitete Qualität lässt sich nicht über das gesamte Mediensystem vergleichen. Für die qualitätsbeeinflussende Bedeutung korrekter journalistischer Arbeit folgert Korbmann: „Die Fakten müssen stimmen. Das ist eine notwendige, aber keineswegs hinreichende Bedingung für Qualität“ (Korbmann 1993: 143). Deshalb kann die sogenannte „objektive Qualität“ der formalen Kriterien kein singular ausreichendes Bewertungskonstrukt sein.

Qualitätsurteile nicht nur auf Produkte, sondern auch auf Prozesse zu beziehen, ist dennoch ein sinnvoller Forschungszugang. Weischenberg betrachtet das Qualitätskonzept über die Akteure im Mediensystem und ihre Intentionen, fasst aber nicht nur Journalisten mit ein: „Unterschiedliche Akteure (zum Beispiel Medienkritiker, Rezipienten oder Medienmanager) beobachten aus unterschiedlicher Perspektive mit unterschiedlichen Maßstäben und Referenzsystemen“ (Weischenberg 2006b: 668). Die Kritiker kontrollieren vergleichend, die Rezipienten konsumieren individualistisch, die Manager urteilen ökonomisch. Auf

2 Etwa der Umgang mit Falschmeldungen im Hörfunk – „versenden lassen“ oder korrigieren und so neue dazukommende Hörer erst auf den Fehler aufmerksam machen?

welchen gemeinsamen Nenner sollen die Journalisten ihre Artikel trimmen?

Es ist eindeutig, dass Qualität kein Merkmal sein kann, dass allein aus dem Produkt oder der Leistung entsteht. Korrektes Handwerk ist lediglich eine Grundlage für Qualität, weil dennoch „eine unterschiedliche Beurteilung der Qualität beim Betrachter heraus[kommt]“ (Schulze 1993: 237f.). Weischenberg versteht journalistische Qualität deshalb nicht als Eigenschaft, die der Beobachter am Objekt suchen und beurteilen soll, sondern als „Beobachterkonstrukt“ (Weischenberg 2006b: 668), welches der Medienakteur beim Kontakt mit dem Medium erstellt. Publizistische Qualität ist Nutzerqualität und damit „eine Eigenschaft der Beziehung zwischen Angebot und Rezipienten“ (Hasebrink 1997: 202), also nicht eine Eigenschaft des Produkts. Das Beobachterkonstrukt Qualität (bei Wallisch „subjektive Qualität“) ist interpretativ, situationsabhängig und damit nicht abschließend zu definieren. Qualitätsdefinitionen, wie im Titel dieses Kapitels, müssen deshalb im Plural stehen. Weiterhin sind sie nicht endgültig: „Die auf diesem Wege [durch die versch. Perspektiven; A. G.] gewonnenen Standards können sich zudem aufgrund von veränderten Bedingungen im Mediensystem permanent wandeln“ (Weischenberg 2006b: 668). Weil das Mediensystem betreffende Normen weder naturgegeben noch statisch sind, müsse jede Gesellschaft ein etwaiges Problem (mit ihrem Journalismus) und das passende Lösungsverfahren (Qualitätsstandards und Kontrolle) „aus sich selbst heraus“ definieren und an sich ändernde Umstände anpassen (vgl. Vlašić 2004: 28).

Vlašić leitet die Definition von journalistischer Qualität aus ihrer Problemlösungsfähigkeit ab: „Erstens ist zu fragen, auf welches Problem sich eine existierende Festlegung bezieht [...] zweitens [ist] zu fragen, inwiefern die in Qualitätsmaßstäben enthaltenden normativen Festlegungen geeignet sind, das gegebene Problem zu lösen“ (ebd.: 19). Für die Qualitätsforschung heißt dies, dass die Suche nach endgültigen Definitionen und Messverfahren nicht realistisch ist, weil die Ausprägung der zu beurteilenden Produkte, Prozesse und Akteure situationsabhängig ist. Qualität ist ein Konstrukt, keine Eigenschaft. Qualität wird zugeschrieben und ist nicht natürlicherweise vorhanden. Selbst objektive Qualität, die aus formalen Handwerksregeln entsteht und funktional

logische (Verständnis-)Hintergründe hat, entsteht aus normativen, redaktionellen Traditionen (wie das Prinzip der umgekehrten Pyramide für bessere Nachrichtenrezeption, vgl. Pöttker 2003: 415).

Nach dem breiten Aufriss verschiedener Qualitätsdefinitionen schließen erste Überlegungen zur Operationalisierung das Kapitel ab: Bonfadelli sieht die Rolle der Wissenschaft darin, zwischen Akteuren der medialen, politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Öffentlichkeit mit ihren unterschiedlichen Bewertungsmaßstäben „in diesen qualitäts- bzw. leistungsbezogenen Kontroversen zu schlichten“ (2002: 113). Übereinstimmend mit Vlašić fordert Bonfadelli, den Aushandlungsprozess der beteiligten Akteure zu beobachten und Qualität in verschiedenen Dimensionen zu systematisieren (vgl. Bonfadelli 2002: 115). Anders als Vlašić kann er sich aber die Entwicklung von handlungstheoretischen Leistungskriterien durch Grundlagenforschung vorstellen. Die Anwendung standardisierter Messkonzepte empfiehlt Bonfadelli nur für deskriptive Einzelfallanalysen (vgl. Bonfadelli 2002: 117).

Mayer empfiehlt, Qualität wegen der unklaren Begrifflichkeit (Erwartung an ein Medienprodukt oder Merkmal jener Erwartung²) und synonym verwendeter Ersatzbegriffe (Wert, Maßstab, Anspruch, Auftrag, Leistung) über ihre Bestandteile zu definieren (Mayer 2013: 74f.). Die Forschung bezieht sich bei diesem Versuch häufig auf die ‚Weischenberg-Zwiebel‘; ein heuristisch bewährtes vierteiliges Kreismodell zum Journalismus als System. Entlang seiner hierarchischen ‚Schichten‘ kann Qualität interpretiert werden:

1. Mediensysteme bilden mit ihren rechtlichen und politischen Normen die äußerste Grundlage für Qualitätskriterien.
2. Medieninstitutionen bauen darauf ihre Normen und sichern Qualität über Binnenstrukturen.
3. In ihnen werden Medienaussagen (Produkte) geschaffen, deren inhärente Zwänge (z. B. Tageszeitung: Aktualität vs. Deadline der Druckerei) gattungsspezifische Kriterien erzeugen.
4. Medienakteure arbeiten innerhalb dieser produktgegebenen Zwänge und systemgegebenen Strukturen nach eigenen Qualitätsstandards (vgl. Weischenberg 2006a 13ff.).

Diese hierarchische Darstellung ist für eine auf die Kommunikatoren bezogene Beobachterperspektive nützlich, aber einseitig. Zu kritisieren ist, dass Rezipienten nicht am Diskurs teilnehmen, sondern nur durch ihr Konsumverhalten auf der Produktebene agieren. Diese Darstellung ist veraltet, da sich durch das Internet die Rollengrenzen von Kommunikator und Rezipient auflösen (vgl. Quandt 2004: 59) und Rezipienten somit auch in der Akteursebene ihre Berechtigung haben.

Um die einseitige Blickweise Weischenbergs zu kompensieren, empfiehlt Mayer die Öffnung des Qualitätskonzepts für „Public Value“, ein „Mehr“ an Qualität durch die Auseinandersetzung der Medienakteure mit ihrer Leistung und ihrem Potential als Dienstleister der Gesellschaft (vgl. Mayer 2013: 99). Als „Interpretation des öffentlich-rechtlichen Auftrags“ sei Public Value ein „Prozess, in dessen Verlauf sich die Rundfunkanstalt vergegenwärtigt, welche kommunikativen Funktionen die Programmangebote und das Gesamtprogramm erfüllen sollen“ (Mayer 2013: 101). Die Idee trägt dem Grundgedanken Rechnung, dass Qualität erst im Diskurs interpretiert und ausgehandelt wird, aber nicht automatisch „vorhanden“ ist. Public Value ist damit Teil des Qualitätsmanagements und der Rezipientenforschung. Als wichtiges Kriterium für Medieninhalte wurde interne und externe „Unterscheidbarkeit“ identifiziert (vgl. Neumüller/Gonser 2013: 18). Damit sind vielfältige Produkte und Produktvielfalt auf dem Markt gemeint. Das Konzept ist im deutschen Rundfunk- und Pressemarkt durch die Prinzipien von Binnen- und Außenpluralität realisiert.

Zur Veranschaulichung des bisher Gesagten soll der explizit auf Nachrichtenformate bezogene Kriterienkatalog von Daschmann genannt werden: Nachrichtenqualität definiert sich für ihn aus Vielfalt (von Quellen und Meinungen), Relevanz (der Ursachen und Folgen), Professionalität (der inhaltlichen und formalen journalistischen Arbeit), Publikumsakzeptanz (Erfüllung der Rezipientenbedürfnisse) und Rechtmäßigkeit (Einhaltung objektiver Mediengesetze) (vgl. Daschmann 2009: 259f.). Gekonnt umfasst er mit dieser Definition die Dimensionen, die auch von Neuberger und anderen vorgeschlagen wurden: die Qualitätsmessung anhand des Produkts (Vielfalt, Relevanz), anhand der Akteure (Professionalität), anhand möglichst eindeutiger Maßstäbe (Rechtmä-

ßigkeit, Publikumsakzeptanz) und schlussfolgert so das „Wie“, das Prädikat der Bewertung.

2.2 Vorläufer und Nebenschauplätze: Ursprung des Qualitätsdiskurses

Fragt man nach den frühesten Publikationen, in denen journalistische Leistungen hinterfragt und, auch wenn der Begriff „Nachrichtenqualität“ noch nicht geprägt war, Qualitätssicherung verlangt werden, sind die Jahreszahlen beachtlich: 1676 diskutierte der thüringische Hofangestellte Ahasvar Fritsch die Gefahr von „erfundenen Nachrichten“ (Kurth 1944: 40, zit. nach Arnold 2009: 25), die Gesellschaften zu Fall bringen könnten und gar eine Sünde gegen Gott darstellen (vgl. Arnold ebd.). 340 Jahre später heißt diese Sünde „fake news“ und versetzt Journalisten weltweit in Sorge. „Man muß die Wahrheit sagen, Lügen und falsches Gerede überhaupt meiden und alles unterlassen, was zur Erbauung des nächsten nicht beiträgt“ (Kurth 1944: 43, zit. nach Wilke 2003: 36), lautete der Auftrag der Zeitungen nach Fritsch.

Derselben Meinung war sein Untergebener, der Sprachgelehrte und Sekretär Kaspar Stieler: Er verstand Nachrichten als Informations- wie auch Unterhaltungsform, die zur Gesellschaftsstabilisierung nur das beinhalten dürfe, was „sich so / und anderes nicht begeben habe“ und zwischen Nachricht und Meinung trennen müsse und letzteres, anders als heute, sogar ganz verbot: „Ein Urteil in den Zeitungen zufallen / ist ungebührlich [!]“ (beide Stieler 1969 [1695]: 33f., zit. nach Wilke 2003: 38).

Stieler gilt als frühester Vertreter eines journalistischen Qualitätskonzeptes, das er im ersten Buch seines dreibändigen Werkes „Zeitungs Lust und Nutz“ (1695) skizzierte, in dem er das Zeitungswesen ausführlich und kritisch beschrieb. Aufklärerisch modern war seine funktionale Sicht, bei der er den Wert des neuen Informationsmediums für die Gesellschaft in den Mittelpunkt seines normativ begründeten Kriterienkatalogs stellte: Er forderte Wahrheit, Relevanz, Vielfalt, Verständlichkeit, Neutralität, Aktualität und – seitens der Leser – Medienkompetenz (vgl. Arnold 2016: 25f.).³ Stieler hat damit journalistische Qualität als

3 Allerdings verteidigte Stieler die Zensur von glaubens- oder adelskritischen Inhalten (vgl. Wilke 2003: 38; Hagelweide 2002: 422), wodurch er Wahrheit und Neutralität relativierte.

Produkt eines Kommunikationsprozesses zwischen Redakteur und Leser beschrieben: Mit dem Prozess wird ein normatives Ziel verfolgt, deshalb muss er hochwertig gestaltet sein.

Seine Ausführungen zur Notwendigkeit von hochwertigem Journalismus im Lebensalltag gelten als allererste Schritte hin zur Qualitätsforschung, die heutigem kommunikationswissenschaftlichen Denken erstaunlich nahekommen (vgl. Hagelweide 2002: 422). Das Bewusstsein für die Macht der Massenmedien und die Sorge um deren Missbrauch waren also einige Jahrzehnte nach dem Aufkommen der ersten Zeitungen Anfang des 17. Jahrhunderts bereits deutlich vorhanden.

1991 erkannte der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Japan (NHK) den Bedarf an praktischer Qualitätsforschung und publizierte die Reihe „Quality Assessment of Broadcast Programming“, in der einflussreiche Theorierahmen entwickelt wurden (vgl. McQuail 1991: 10). Ishikawa nannte Vielfalt („diversity“) als das in pluralistischen Gesellschaften wichtigste Medienkriterium und forderte, Qualität über die externe Themenvielfalt aller Sender zu bestimmen, statt einzelne Programme zu untersuchen. Außerdem kritisierte er die Quotenmessung, die 1961 in Japan eingeführt und seitdem exklusiv als Qualitätskriterium genutzt worden war, weil sie der Heterogenität des Publikums nicht gerecht wurde (vgl. Ishikawa in NHK 1991: 7, zit. nach Biernatzki/Crowley 1995: 6f.)

Die kommunikationswissenschaftliche Qualitätsforschung kann, wenn nach den Anfängen in Deutschland gefragt wird, kaum weiter als 25 Jahre zurückblicken. Vor 1990 wurden der Begriff und die Idee standardisierter Produkte im Zusammenhang mit Journalismus fast nie gebraucht, sondern entstammte dem Medizin-, Wirtschafts- und Agrarsektor (vgl. Wunden 2003: 69, Mayer 2013: 74). Das zeigt sich auch am Fehlen von journalistischen DI-Normen. Die Kommunikationswissenschaft wärmte die Debatte nur impulsartig auf, wenn von außen, aus Politik, Gesellschaft und Wirtschaft, Einzelfallkritik herangetragen wurde (z. B. durch mediale „mega events“: der Tod Prinzessin Dianas, die Lewinsky-Affäre, der Golfkrieg 1991 (vgl. Fabris 2000: 364, auch Quandt 2004: 58).

Als sich die Zeitungswissenschaft nach dem Ersten Weltkrieg als Fach etablierte, wurden mögliche Qualitätsverluste durch die ökonomi-

sche Abhängigkeit von Werbe- und Abonnementmärkten diskutiert. Nach der beispiellosen Ausbeutung der Massenmedien im Zweiten Weltkrieg wagte sich erstaunlicherweise jahrelang niemand an das Thema Medienkritik (vgl. Arnold 2009: 127). Den Grund für die Zurückhaltung der deutschen Forscher vermutet Arnold im Postulat der Werturteilsfreiheit, das ab den 1960er Jahren die empirische Sozialforschung mehr auf funktionale Fragen als auf normative Themen (wie Nachrichtenqualität) lenkte (vgl. Arnold 2009: 127, auch 35).

Auf die empirische Agenda kam das Thema in den 1960ern durch die Analyse der Pressekonzentrationswelle im Printbereich. Als Leistungskriterien kristallisierte sich eine breit gestreute Mischung von Eigenschaften heraus, die heute in abgewandelter Form in den meisten Kriterienkatalogen zu finden sind: Layout-Merkmale und Übersichtlichkeit, Autonomie gegenüber PR und Politik, Quellentransparenz etc. (vgl. Arnold 2009: 43). Der Fokus der Studien lag auf der Befürchtung, dass geringe Pressevielfalt im Lokaljournalismus zu einem Defizit bei der Kritik- und Kontrollfunktion der Medien führen könnte (vgl. Arnold 2009: 38). Diese Argumente finden sich auch heute noch bei Vertretern der demokratiethoretisch-normativen Ansätze.

Die Qualitätsforschung beschäftigte sich nicht nur mit systemkritischen Fragen, sondern nahm auch die produzierenden Strukturen der Redaktionen in den Blick: „Themenhefte des ‚Medien Journal‘ (1992, 1999) oder von ‚sage & schreibe‘ (1998) können als Beleg dafür genommen werden, daß das Thema auch im Dialog mit der journalistischen Praxis behandelt wurde“ (Fabris 2000: 370). Im Bereich der „Forschung für die Praxis“ (insbesondere Rundfunkforschung, vgl. Arnold 2009: 128; Vowe/Wolling 2004; Wyss 2002; Schwiesau 2016) wurden die Eigenschaften von hochwertigem Journalismus als Teil der journalistischen Ausbildung verstanden und in sachbuchähnlichen Lehrbüchern für praktizierende Redakteure vermittelt (z. B. Weischenberg 1988, empirische Analyse der Lehrbücher Schröter 1995).

Die Handwerksregeln müssen aus funktionalen Gründen befolgt werden, damit der Sinn der journalistischen Arbeit, wie die verständliche Vermittlung von Neuigkeiten, überhaupt erfüllt sein kann. Empirisch untersucht wurde ihre Umsetzungsqualität von der Lese- und Verständlichkeitsforschung der 1980er Jahre (vgl. Arnold 2009: 61ff.),

die ein semantisch-sprachliches Qualitätsverständnis aufbauend auf formalen Kriterien verwendet (vgl. Wallisch 1995: 130).

Hier treffen sich zwei grundverschiedene Annahmen für die Notwendigkeit der Qualitätsdebatte: Der Bedarf für handwerklich hochwertigen Journalismus kann in der Komplexität der darzustellenden Realität gesehen werden (vgl. Weischenberg 1988: 14) oder in der Kommerzialisierung des Mediensystems, die zu Kostenwettbewerb und Umstrukturierungen in Redaktionen führt (vgl. Wyss 2000: 22), das heißt auch zu Entlassungen, sodass einzelne Redakteure weniger Zeit für ihr Handwerk haben.

Zwei weitere Konzepte der Kommunikationswissenschaft wurden von Anfang an mit der Frage nach journalistischer Qualität in Verbindung gebracht, teilweise auch mit ihr gleichgesetzt: Objektivität und Ethik. Objektivität als journalistische Berufsnorm ist eine angelsächsische Tradition, die aus dem Verständnis von Pressefreiheit als Abwehrrecht gegenüber der Regierung beruht (vgl. Donsbach 2009: 88; Kleinstaub 2013: 176). Es war eines der ersten und wichtigsten Konstrukte zur Bewertung der Informationsqualität, aber auch immer eines der ungenauesten (vgl. Schwer 2006: 347).

Objektivität wird definiert durch journalistische Merkmale wie die Trennung von Nachricht und Meinung oder den Anspruch auf sprachliche Eindeutigkeit und Korrektheit, aber auch normativ über schwer messbare Konzepte von Wahrheit, Ausgewogenheit und Neutralität beschrieben (vgl. Engesser 2013: 168f.). Die daran anschließende Konstruktivismusdebatte mit der „bold assertion that human beings have the capacity to perceive and experience reality precisely as it is“ (Fox 2013: 260) können hier nicht vollständig erörtert werden. Oft wird Objektivität nur als Zielvorgabe gesehen, die es anzustreben gilt (vgl. u. a. Rager 1994). Weil Medien selektiv arbeiten und durch interpretative Strukturierung eine Realitätsbeobachtung zweiter Ordnung betreiben, ist ein totalitärer Objektivitätsanspruch (auf ein „objektiv ausgewogenes“ Verhältnis der selektierten Inhalte) zum Scheitern verurteilt (vgl. Schwer 2006: 362). Einige Forscher sind gar der Meinung, dass fehlende Objektivität gar keine „Quelle der Verzerrung“ sein muss (vgl. Voltmer 1998/99: 14, auch 44f.).

Vor dem konkreten Qualitätsdiskurs stand die Erkenntnis, dass in der Kommunikationswissenschaft eine methodische Lücke klafft: „Den Begriff der Qualitätssicherung und das damit verbundene Programm [...] gibt es im Journalismus nicht“ (Langenbucher 1984: S. 23) konstatierte Langenbucher, der schon 1969 mit seinem Aufsehen erregendem Werk „Der mißachtete Leser“ (mit Peter Glotz) eine rezipientenorientierte Journalismuskritik forderte.

Konkret war das wissenschaftliche Konzept der Qualität und der redaktionspraktischen Qualitätssicherung noch nicht etabliert, aber Anfang der 1980er Jahre, zeitgleich zu Langenbuchers Kritik, hat der Schwede Westerstahl als einer der ersten an dem nötigen „Programm“ gearbeitet. Er setzte trotz der Konstruktivismusdebatte auf Objektivität als politisch und gesellschaftlich notwendigen Nachrichtenstandard: „The requirement to objective news reporting is intimately related to Western democracy and to one of its basic principles, the freedom of opinion“ (Westerstahl 1983: 407). Besonders bei Westerstahl ist, dass er journalistische Objektivität als abgrenzbares, definierbares Konstrukt behandelt, das aus verschiedenen Faktoren gebildet wird, die von Journalisten konkret eingehalten werden können: „Tatsächlichkeit“ und „Unparteilichkeit“, die jeweils aus „Wahrheit und Relevanz“ und aus „Ausgewogenheit und Neutralität“ bestehen (vgl. Westerstahl 1983: 405, eigene Übersetzung). Damit hatte Westerstahl den ersten Kriterienkatalog erstellt, auf den sich später die Vertreter des „echten“ Qualitätsdiskurses stützten (z. B. McQuail 1992, Voltmer 1998/99).

Die Qualitätsforschung entfernte sich in den 1980er Jahren wieder vom Objektivitätsparadigma und wandte sich der Medienethik zu. Mit ethischen Überlegungen wurden die zuvor nur postulierten Normen des Journalismus erstmals begründet und gefestigt (vgl. Arnold 2009: 65). Aufschlussreich ist dazu der Sammelband von Wunden (1996), welcher die Wahrheit als Berufsnorm, das Spannungsverhältnis von Realismus und Konstruktivismus oder die medienethische Verantwortung für hochwertigen Journalismus diskutiert (insb. Kübler 1996). Ob der (gesellschaftstheoretische) Ethikdiskurs von der (praktischeren) Qualitätsforschung getrennt zu betrachten ist (vgl. Arnold 2009: 65), als Teilperspektive, gleichwertig mit der rechtlichen Argumentation (vgl. Neuberger 2011: 18) oder umgekehrt die Qualitätsdebatte einen Unterpunkt der

Medienethik darstellt (vgl. Wunden 2003: 73), lässt sich nicht eindeutig sagen. Ihre Relevanz begründet sich darin, dass sie dem Journalismus, aus seiner funktionalen öffentlichen Aufgabe heraus, gesellschaftliche Verantwortung überträgt: „Der Journalismus soll sein Potential im Rahmen seiner Funktion positiv entfalten“ und dabei die „Werte des Gemeinwesens“ berücksichtigen (Wunden 2003: 72, vgl. auch Arnold 2009: 78). Da Qualität zwingend ein normativ begründetes Konstrukt ist, ist Medienethik eine Leitlinie für journalistisches Handeln mit dem Ziel hoher publizistischer Qualität.

Medienethische Leitlinien sind, obwohl inhaltlich normativ, in ihrer Ausprägung objektiv messbar und damit eine empirische Grundlage bei der Qualitätsmessung. Beispielsweise eignet sich das normative Konstrukt Gerechtigkeit als Maßstab, als „Normierung des eigenen Handelns“, da die Berichterstattung die Rechte betroffener Personen schützen muss (vgl. Wunden 2003: 73) und es zu Menschenwürde und Pressefreiheit Gesetze und normierte Korrekturmechanismen (Rüge-Stufen des Presserats, Bundesverfassungsgericht etc.) gibt.

Da die Qualitätsforschung ein Operationalisierungsproblem hat, wurden häufig Normen der Medienethik und des Objektivitätsparadigmas als Messkonstrukte angewendet. Jedoch fokussiert sich die Medienethik auf das individuelle journalistische Handeln (vgl. Arnold 2009: 128) und ignoriert Inhalte und Rezipienten. Medieninhalte können wegen des Subjektivitätsproblems nur unzureichend mit Objektivität gemessen werden. Letztlich ist es berechtigt, dass sich die Qualitätsforschung von beiden Konstrukten abgewandt hat: Wenn sich Qualitätswahrnehmungen im Interaktionsprozess von Medium, Rezipient und Kommunikator bilden, sind einseitig-ideologische Begründungen ziellos.

Das folgende Kapitel zeigt die Vielfalt der Begründungsperspektiven, die sich seit den 1990er Jahren entwickelt hat.

2.3 Drei Qualitätsforschungsansätze: Journalismusperspektiven

Die Berichterstattung ist eine Dienstleistung für mehrere gesellschaftliche Akteure und Ebenen, aus der sich rückwirkend wieder Erwartungen an den Journalismus und seine Funktionen ergeben: „Unter Funktionen versteht man Leistungen, die Institutionen oder Organisationen zur

Bestandserhaltung der Gesellschaft oder ihrer Teilsysteme beitragen“ (bpb 2012: online). Die Erfüllung dieser Aufträge legitimiert die Medien. Andersherum ausgedrückt: Scheitern Medien daran, die Gesellschaft und öffentliche Teilsysteme zu erhalten und ihnen einen nützlichen Dienst zu erbringen, erfüllen sie die Funktionen nicht, zu deren Zweck sie überhaupt existieren (und gekauft werden sollen).

Die folgenden Überlegungen beruhen auf der Unterscheidung manifester und latenter Medienfunktionen nach Robert K. Merton, welche je nach Akteur unterschiedlich zugeteilt und bewertet werden⁴ (vgl. Stöber 2008: 120ff., 138f.). Aus diesem binären Funktionsprinzip folgt: In dieser Arbeit definiert sich journalistische Qualität *aus dem Grad der Umsetzung der intendierten und nicht intendierten Medienfunktionen auf politischer, sozialer, wirtschaftlicher und journalistischer Ebene und aus dem Grad der Vermeidung nicht intendierter, demeritorischer Kommunikationsfolgen auf jenen Ebenen.*

Die Stärke dieser Definition liegt in ihrer Offenheit gegenüber dem Subjektivitätsproblem der Qualitätsdebatte: Da Qualität von den Erwartungen abhängt, die an das Produkt (den Akteur, die Institution) gestellt wurden, sind meritorischer Nutzen, manifeste Funktionen und zu erfüllende Aufgaben des Mediums je nach „politischer, sozialer, wirtschaftlicher und journalistischer Ebene“ variabel. Entlang dieser Definition kann Qualität für jeden Anspruch und jedes Medium separat erfasst werden. Entscheidend ist lediglich der dem Qualitäts- und Hochwertigkeitsgedanken inhärente Anspruch nach Leistung: die Umsetzung dessen, was gewollt und subjektiv nützlich ist und die Vermeidung dessen, was nicht gewollt und der Sache schädlich ist, sind der Bewertungsmaßstab für das Qualitätsobjekt. „Was gewollt ist“ oder nicht, hängt von den Erwartungen ab, die an den Journalismus gestellt werden.

Die Qualitätsforschung greift meist auf drei (manchmal vier) Perspektiven zurück, um die Funktionen und Aufgaben des Journalismus zu benennen, aus denen sich dann Qualitätsverständnisse und letztlich Qualitätskriterien ableiten lassen. Entsprechend der obigen Definition

4 So ist Meinungsbildung eine manifeste Funktion für das politische System und Integration eine latente „Begleiterscheinung“ für die Gesellschaft. Komplexitätsreduktion ist eine gezielte Entlastung für die Rezipienten, aber eine unerwünschte Vereinfachung für das politische System.

unterscheiden die Perspektiven grob nach den Funktionen des Journalismus für Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und das Selbstverständnis des Journalismus (und der Journalisten). Im Folgenden werden drei Perspektiven unterschieden: Die system- und demokratietheoretische Perspektive, die akteursbezogen-journalistische Perspektive und die ökonomisch-publikumsorientierte Perspektive.

Ganz allgemein begreifen die Sozialwissenschaften Journalismus durch zwei Sichtweisen: Mikro- und makrostrukturelle Ansätze. Wie „zwei Seiten einer Münze“ (Löffelholz/Quandt 2000: 241) eignen sich beide Sichtweisen, um „die gesellschaftliche Realität des Journalismus“ (ebd.) zu erklären, jedoch schließt eine Betrachtungsweise die andere aus. Diese Dichotomie hat sich in der Qualitätsforschung fortgesetzt, sollte aber nicht als Hindernis begriffen werden. In dieser Literaturdarstellung wird das Faszinosum zweier gegensätzlicher, gleichzeitig gültiger Erklärungen als Ausgangspunkt des Subjektivitätsproblems von journalistischer Qualität verstanden, welches die Studien und Kriterienkataloge grundsätzlich voneinander trennt.

In Kapitel 2.3.1. folgen Erklärungen zum makrostrukturellen Journalismusverständnis, zu dem die Systemtheorie gehört.

2.3.1 System- und demokratietheoretische Perspektive

Bis in die 1960er Jahre behandelte die Forschung den Journalisten als individuellen Akteur. Erst ab den 1970er Jahren prägte Manfred Rühl einen makroperspektiven, systemtheoretischen Zugang: „Demnach liegt es nicht allein in den Händen einzelner Persönlichkeiten, ob journalistische Qualität produziert wird. Neben den Akteuren wurden nun auch die sozialen, politischen und ökonomischen Strukturen der Redaktionen, der Medienunternehmen, des Mediensystems und der Gesellschaft in die Forschung einbezogen“ (Hermes 2006: 27f.).

Grundgedanke der Systemtheorie ist nicht das Handeln des Individuums (des Journalisten) innerhalb der Gesellschaft, sondern die Funktionen verschiedener sozialer Systeme (des Journalismus) für die Gesellschaft (vgl. Löffelholz/Quandt 2000: 147). Sie ist besonders relevant für die Nachrichtenqualitätsforschung, weil mit ihr Journalismusfunktionen abgeleitet werden, die sich mit den Zielen von Nachrichten decken: Information der Gesellschaft, Befähigung zur Meinungsbildung,

Kritik und Kontrolle des politischen Systems (vgl. Schulz 2011: 323; Jarren 2008, Stöber 2008). Diese „Funktionstrias“ (Schulz 2011: 155) stellt die grundlegendste Form der öffentlichen Aufgabe der Massenmedien und des Informationsjournalismus dar. Auf ihre Zusammenhänge stützen sich viele Studien der frühen Qualitätsforschung (s. Kapitel 3.1.).

Dabei können zwei Strömungen unterschieden werden: Funktionssystemorientierte Ansätze, die Qualität aus der historisch gewachsenen Funktion des Journalismus ableiten, und demokratietheoretische Ansätze, die Nachrichtenqualität als politische Notwendigkeit verstehen (vgl. Voigt 2016: 60). Die beiden Qualitätsverständnisse nutzen trotz unterschiedlicher Herangehensweisen letztendlich die gleichen Kriterien. Deshalb konzentriert sich diese Arbeit auf die Gemeinsamkeiten und fasst in dieser Kategorie alle Journalismusverständnisse zusammen, die Qualität normativ aus gesellschaftlich erwünschten Medienfunktionen herleiten.

Um Anforderungen an publizistische Qualität stellen zu können, muss also der Einfluss journalistischer Produkte auf das gesellschaftliche System in den Blick genommen werden. „Gesellschaftliches System“ meint die demokratischen Ordnungen, innerhalb derer der freie Journalismus als notwendiger Faktor zum Gelingen der Demokratie beiträgt. Diesen Stellenwert hat Journalismus, weil demokratische Staaten durch das Öffentlichkeitsprinzip funktionieren: „Politik ist zur Legitimation und zur Entscheidungsfindung auf Öffentlichkeit angewiesen“ (Blöbaum 1992: 157). Öffentlichkeit ist ein Vermittlungssystem zwischen Staat und Bürgern:

Öffentlichkeit bildet ein intermediäres System, dessen politische Funktion in der Aufnahme (Input) und Verarbeitung (Throughput) bestimmter Themen und Meinungen sowie in der Vermittlung der aus dieser Verarbeitung entstehenden Öffentlichen Meinungen (Output) einerseits an die Bürger, andererseits an das politische System besteht (Gerhards/Neidhart 1990: 12).

Aufnahme, Verarbeitung und Vermittlung von Informationen werden von Journalisten geleistet. Da andere öffentliche Vermittlungsformen, „wie Reden, Versammlungen oder Bücher [...] in ihrer Reichweite eingeschränkt [sind], ist Journalismus [...] zweifellos die leistungsfähigste Art

und Weise, Form in das Medium Öffentlichkeit zu bringen“ (Blöbaum 1992: 159). Freier Journalismus hat somit die normative Aufgabe, das demokratische System mit seinem zweiseitigen Öffentlichkeitsprinzip zu erhalten. Er erfüllt den öffentlichen Auftrag durch öffentliche Kommunikation (vgl. Jarren 2008: 330). Und so wie Bürger die Leistungen der Politik über den vermittelten Output kontrollieren (vgl. Gerhards/Neidhart 1990: 12), muss auch die Leistung des Journalismus für die Öffentlichkeit kontrolliert werden. Mit anderen Worten: Die Qualitätsdebatte muss die Bedürfnisse des demokratischen Systems analysieren, um Kriterien formulieren zu können, anhand derer der Erfüllungsgrad der öffentlichen Aufgabe des Journalismus festgestellt werden kann.

Journalismus ist ein intermediäres System, ein Vermittler zwischen den Teilsystemen Volk und Regierung (vgl. Schulz 2011: 47f.). Die Informationsfunktion der Nachrichten ist sowohl eine Dienstleistung für die Politik (weil Wähler informiert und gewonnen werden können), als auch für die Bürger (weil ihre Probleme in der Öffentlichkeit diskutiert und an die Politik herangetragen werden). Indem sie beide Seiten der Gesellschaft korrekt informieren und ihre Interessen artikulieren,⁵ tragen Intermediäre zur regelmäßigen Konsensbegräftigung zwischen Volk und Regierung und der Legitimation der Demokratie bei (vgl. Wildenmann/Kaltefleiter 1965: 26).

Zu diesem Zweck sind Intermediäre intersystemisch organisiert und für verschiedene Akteure (Wirtschaft, Politik, Rezipienten) gleichzeitig offen. Offenheit und Vielfältigkeit sind direkte Voraussetzungen zur Erfüllung der Artikulationsfunktion (vgl. Wildenmann/Kaltefleiter 1965: 29). Aus systemtheoretischer Perspektive sind die latenten Funktionen des Nachrichtenjournalismus (Sozialisation etc.) durch ihre demokratische Stützwirkung genauso normativ gewollt wie die üblicherweise als manifest verstandene „Funktionstrias“.

5 Wildenmann/Kaltefleiter verstehen unter der Artikulationsfunktion die Vermittlung des „Volkswillens“. Die umgekehrte Aufgabe, das Handeln der Regierung zu vermitteln, assoziieren sie ausschließlich mit dem Nationalsozialismus (vgl. ebd.: 30). Eventuell ist dies der zeitlichen Nähe zum diktatorischen Missbrauch der Medien geschuldet und wird deshalb in neuerer Literatur von Jarren (2008) und Schulz (2011) anders wahrgenommen.

Hohe Nachrichtenqualität zeichnet sich aus dieser Perspektive also dadurch aus, dass die Vermittlungsfunktion des Journalismus bei der öffentlichen Kommunikation erfolgreich verläuft: dass Informationen, Probleme, Meinungen und Kritik korrekt an beide Seiten kommuniziert werden.

Nicht nur die Medien haben Einfluss auf die Politik, auch das politische System wirkt auf das Mediensystem: Da die Regierung die rechtlichen Rahmenbedingungen setzt, innerhalb derer Medien agieren, bestimmt sie Organisationsstrukturen (z. B. in Aufsichtsgremien des Rundfunks), Produktionsbedingungen und sogar Medieninhalte. Dies fasst Neuberger in der „Regulierungsperspektive“ zusammen (vgl. Neuberger 2011: 26), deren Standards Schatz/Schulz (1992) als Maßstab verwenden. Der politische Einfluss steht im Konflikt zum Gebot der journalistischen Unabhängigkeit (vgl. Schulz 2011: 323). Ein weiterer Konflikt bei der Erfüllung des öffentlichen Auftrags entsteht durch die Natur der Medien, die Marktversagen hervorruft: „Information ist gekennzeichnet durch Nicht-Rivalität – sie verbraucht sich im Konsum nicht – und partiell durch den Nicht-Ausschluss von Nicht-Zählern – Eigentumsrechte an Informationen sind in der Regel schwieriger durchzusetzen“ (Heinrich 2013: 93).

Medien befinden sich im Spannungskonflikt zwischen meritorischer Dienstleistung und ökonomischem Gut. Qualität – oder ein qualitätvolles Image – ist eine Möglichkeit, die Marktfähigkeit von Medienprodukten über hohe Nutzerzahlen, Reichweiten und damit Werbekunden querzufinanzieren. Manche sehen den Konflikt durch das duale Rundfunksystem zwar gelöst (vgl. Neuberger 2011: 22), die Sorge um einen möglichen Qualitätsverlust des Nachrichtenjournalismus bleibt aber seit der Etablierung des privaten Rundfunks eine Triebfeder der Qualitätsforschung.

2.3.2 Akteursbezogen-handlungstheoretische Perspektive

Wie bei den zwei Seiten einer Münze wird die Logik der folgenden Journalismusperspektive besonders durch ihre Abgrenzung von den Systemtheorien klar. Was sperrig als „aktorsbezogen-handlungstheoretische Perspektive“ bezeichnet wird, meint mikroperpektivische Ansätze, die sich nicht auf das Zusammenwirken der Teil-

systeme, sondern auf Handlungen von Akteuren innerhalb eines Teilsystems beziehen (vgl. Löffelholz/Quandt 2000: 241). Die Studien verstehen Journalismus als das Ergebnis von regelgeleitetem Arbeiten⁶ der Journalisten.

Die Entscheidung für eine bestimmte Handlungsregel begründet sich durch funktionale und normative Bedingungen des Journalismus, die sich je nach Gattung, Redaktion oder Verlag unterscheiden. Qualitätskriterien werden deshalb aus den Spielregeln des Journalismus abgeleitet, aus dem Selbstverständnis und den Berufsnormen der Journalisten sowie den Professionalitätsstandards ihrer Medien (vgl. Arnold 2009: 92). Neuberger unterscheidet deshalb zwei „Produktionsperspektiven“: die professionelle, in der redaktionelle Routinen und Berufsnormen Qualität definieren, und die ökonomische, in der Medienvertreter und Geschäftsführer agieren und ihr Qualitätsmanagement anhand der Marktlogik beurteilt wird (vgl. Neuberger 2011: 26).

Die hier verwendete berufsnormative Perspektive vermeidet das Problem der „Außenbegründung“ (Arnold 2009: 105), indem sie vom Journalismus selbst ausgeht und Anforderungen aus ihm heraus entwickelt, statt sie wie bei der Systemtheorie von externen Stellen fordern zu lassen. Journalismus und Qualität werden hier also „von innen nach außen“ definiert.

Die Sozialwissenschaften im Allgemeinen versuchen schon länger, die Grenzen zwischen den mikro- und makro-perspektivischen Ansätzen zu überwinden (vgl. Neuberger 2000: 276), bei der Betrachtung der Qualitätsforschung ist diese harte Unterscheidung aber weiterhin nützlich, denn gerade die grundlegendsten Werke hierzu wurden noch mit deutlich abgegrenztem systemtheoretischen Verständnis verfasst.

Im Unterschied dazu ist „eine Medienanalyse auf der Basis einer kommunikativen Handlungstheorie im strengen Sinne prozeßorientiert“ (Bucher 2000: 273), weil Handlung dynamisch und nicht statisch ist, und weil „der Begriff der Handlung [...] ohne den Begriff des Handelnden nicht denkbar“ (Bucher 2000: 249) ist. Journalisten als Akteure

6 Es wird zwischen Handlungen (stattfindenden Ereignissen) und Handlungsmustern (möglichen Ereignissen) unterschieden. Bucher vergleicht dies mit den Regeln eines Schachspiels, deren Muster mehrere Handlungen ermöglicht (vgl. Bucher 2000: 250).

sind untrennbar mit ihrem Handeln, der journalistischen Arbeit verbunden, und orientieren sich dabei an Regeln, die sie, als Teil der Institution Journalismus, selbst geprägt haben und in der Institution Journalismus befolgen können: „Die Funktion und der Zweck der Institution [bildet] den Rahmen [...] für die Intentionen von Einzelhandlungen“ (Bucher 2000: 255).

Auch Strukturen des Mediensystems formen also Regeln, aus denen Qualitätskriterien ableitbar sind – macht dies die Kategorie nicht zu einem Teil der Systemtheorie? Nein, denn die Berufsnormen entstehen nicht aus von außen geforderten Funktionen, sondern sind aus ihm und seinen Akteuren heraus entstanden (vgl. Rager 1994: 195). Saxer betont zu Recht, dass bei der Beurteilung journalistischer Produkte „berufskulturelle Qualitätsnormen zu beachten“ (Saxer 2000: 191) sind. Die Qualitätskriterien gelten zuerst innerhalb ihres eigenen journalistischen Systems und berühren nicht vorrangig andere soziale Teilsysteme wie bei der Systemtheorie.

Als prägende Strukturen werden nun die Zusammenarbeit im Redaktionsteam verstanden, die Hierarchien von Journalisten und Herausgebern, die Verbindungen zu journalismuseigenen Institutionen wie dem Presserat oder der Deutschen Journalistenschule. Diese Akteure versteht Neuberger in seiner „Expertenperspektive“ als Repräsentanten, deren Qualitätsbewertung durch Medienkritik, Preisverleihungen und (Kommunikations-)Wissenschaft stattfindet und „Public Value“ als kollektiven Maßstab setzen (vgl. Neuberger 2011: 25f.).

Die Akteure mit ihren teils gegensätzlichen Erwartungen umreißen das Spannungsfeld jeder Qualitätsbeurteilung. Saxer gliedert die Qualitätsforschung anhand von vier Akteuren: „behördliche Regelungsinstanzen, Medienpraktiker, medienexterne Experten und Repräsentanten unterschiedlicher gesellschaftlicher Positionen und Interessen“ (Saxer 2000: 188). Er trennt die Akteure nach ihrem Einfluss auf das journalistische System und zählt deshalb zu den „Repräsentanten“ auch die Werbewirtschaft und das Publikum, die durch die ökonomische Abhängigkeit der Medien ähnliche Macht besitzen.

Diese kollektiv-ökonomische Interpretation der Rezipienten behandelt die nächste Perspektive, erweitert sie aber um ein dringend nötiges, individualisiertes Publikumsverständnis.

2.3.3 Ökonomisch-publikumsorientierte Perspektive

Das Publikum wurde in der Qualitätsforschung von Anfang an erwähnt:

[T]here can really be a public interest only in what reaches the public and might have consequences for public life. That means that we need to know more about the audience and the conditions of reception (McQuail 1992: 312).

Man könnte daher meinen, die Forschung hätte mittlerweile eine passende Anwendungsform dieser Perspektive gefunden. Dem ist nicht so:

Rezipienten werden aus dem journalistischen Qualitätsdiskurs hingegen regelmäßig mit dem lapidaren Verweis auf ihr generell mangelndes bzw. ‚falsches‘ Qualitätsverständnis oder fehlende Beurteilungskompetenzen (vor allem mit Blick auf normative Qualitätskriterien) ausgeschlossen (Voigt 2016: 63).

Die Skepsis gegenüber dem Publikumsverständnis von Qualität heißt nicht, dass Rezipienten in der Qualitätsforschung nicht relevant wären. Tatsächlich interessiert aber nicht ihr individuelles Urteil, sondern ihr Nutzungsverhalten: Mediennutzung wird in vielen etablierten Forschungsprogrammen als Präferenz und damit als positives Qualitätsurteil gedeutet (vgl. Zubayr/Geese 2009: 158).

Die Bedeutung der Rezipientensicht liegt in der wirtschaftlichen Logik des Mediensystems: Da sich Medienangebote über Werbung finanzieren, sind hohe Nutzungszahlen der entscheidende Faktor bei der Gestaltung journalistischer Produkte (vgl. Voigt 2016: 64). Das gilt auch für öffentlich-rechtliche Medien, denn mit der Erfüllung von Rezipientenerwartungen lässt sich der Gebühreneinzug rechtfertigen (vgl. Wolling 2006: 458). Rezipienten werden hauptsächlich als Konsumenten verstanden, deren Medienkonsum das Mediensystem vor Marktversagen schützt (vgl. Jungnickel 2011: 362).

Zweifellos muss die Marktlogik berücksichtigt werden, doch sie geht auf Kosten einer realitätsnahen Rezipientenforschung: „Weil im Grunde genommen unklar ist, was mit dem „Publikum“ eigentlich gemeint ist, werden vornehmlich ökonomische Publikumskonzepte verwendet“ (Serong 2015: 187). Dabei gibt es mehrere vielfältige Rollen, innerhalb derer das Publikum Nachrichtenqualität beurteilt: ökonomisch als Konsument, kommunikationswissenschaftlich als Rezipient, politisch als Wähler und Bürger. Deshalb unterscheidet Neuberger in seiner Publi-

kumperspektive „Consumer Value“ und „Citizen Value“ als Maßstäbe individueller und kollektiver Qualitätsdefinition (vgl. Neuberger 2011: 26).

Jede dieser Rollen stellt andere Erwartungen an den Journalismus und seine Qualität, da die Motive für Mediennutzung zwischen Informations- und Unterhaltungsbedürfnis schwanken. Je nach Motiv verlangen Rezipienten Unterschiedliches von verschiedenen Medien, wählen zwischen verschiedenen Anbietern oder Gattungen (vgl. Meyen/Jandura 2011: 218). Deshalb gerät die Konsumentenrolle bei der Medienselektion in Konflikt mit den anderen: „nämlich dann, wenn ein Nutzer Medieninhalte zwar als Bürger qualitativ hochwertig einschätzt, sie ihm aber als Konsument nicht gefallen, da sie seinen individuellen Bedürfnissen nicht entsprechen“ (Jungnickel 2011: 362). Das erschwert die Ableitung einheitlicher Qualitätskriterien, weil unklar bleibt, was Rezipienten hochwertig finden und ob ihr Nutzungsverhalten überhaupt von der Medienqualität abhängt.

Auch soziale Faktoren wie der Wunsch nach Anschlusskommunikation können Mediennutzung zur Folge haben, die nichts mit dem Qualitätsurteil zu tun hat (vgl. Sommer 2010: 117; Neuberger 2011: 67). Ein ökonomisches Publikumsverständnis, das nur nach Konsumzahlen urteilt, verzerrt damit die Validität der Rezipientenforschung, weil individuelle Qualitätsstandards nicht ermittelt werden.

Das einseitige Rollenverständnis geht ohnehin an der Realität vorbei: Da Rezipienten aus system- oder handlungstheoretische Perspektive auch Wähler und „Bürgerjournalisten“ (Jarren 2008: 329) oder „Laienkommunikatoren“ (Neuberger 2011: 26) sind, die interpersonal oder online (Blogs, YouTube, Facebook) persuasiv tätig sein können, geht die Relevanz der Rezipientensicht für die Qualitätsbewertung weit über die Marktlogik hinaus. Dies wird deutlich, wenn die Informationsfunktion der Medien als Intermediäre und ihr Stützpotential für das politische System betrachtet wird. Minderwertige Nachrichtenqualität gefährdet nicht nur den ökonomischen Erfolg eines Medienunternehmens, sondern beeinflusst Wahlen und gesellschaftliche Diskurse und Stimmungen.

In der Doppelrolle des Publikums als Wähler und Mediennutzer kann sich die Rezipientenperspektive also mit der normativ-

systemtheoretischen Perspektive überschneiden. Erstaunlicherweise gibt es zu diesem Ansatz keine Forschungsbeiträge. Selbst Werke, die sich mit Rezipientenurteilen und dem individuellen Nutzungsverhalten beschäftigen, sehen die Relevanz der Rezipientensicht für die Qualitätsforschung allein in ihrer wirtschaftlichen Macht als Kunden (vgl. Voigt 2016: 63; Wolling 2006: 457). Das ist insofern unerwartet, da immer wieder thematisiert wurde, dass eine Qualitätsminderung durch ökonomischen Druck die gesellschaftlichen Funktionen des Nachrichtenjournalismus gefährlich untergraben würde (vgl. Wolling 2002: 202f.; Hasebrink 1997).

Trotz der demokratisch begründeten Forderungen, mit denen McQuail die Disziplin prägte, hat sich die Qualitätsforschung einer demokratischen Rezipientensicht nie zugewandt. Neben Serong kritisiert diesen Umstand nur Neuberger: „[B]isher [wurde] neben der Konsumentensicht („Consumer Value“) nur selten die Bürgersicht („Citizen Value“) berücksichtigt [...]. Dies ist aber ein wichtiger Punkt, wenn man das „Quotendenken“ vermeiden will“ (Neuberger 2011: 66).

Der Vergleich der Studien in dieser Kategorie wird zeigen, inwiefern ökonomische, individuelle, kollektive, politische Rezipientenrollen von der Qualitätsforschung berücksichtigt wurden und welche Qualitätsanforderungen Rezipienten an den Nachrichtenjournalismus stellen.

2.4 Funktionen von Nachrichten für Publikum und Demokratie

Nachrichten stellen den häufigsten Forschungsgegenstand in der empirischen Qualitätsforschung dar. Längsschnittstudien zeigen, dass der Konsum von TV-Nachrichten kontinuierlich zurückgeht (vgl. Zubayr/Geese 2009: 160), aber Nachrichten immer noch die wichtigsten Fernsehinhalte darstellen und täglich von der Hälfte der Bürger für zwölf Minuten gesehen werden (vgl. ebd.: 158).

Um besser nachvollziehen zu können, welche Rolle sie für die systemtheoretische und rezipientenorientierte Perspektive spielen, wird der Forschungsgegenstand kurz umrissen: Unter Nachrichten werden „allgemein Mitteilungen verstanden, die für die Öffentlichkeit von Interesse sind. [...] das, was sich unterscheidet, was vom Normalen abweicht“ (Weischenberg 1988: 16). Nachrichten sind Ereignisse mit gesellschaftlichem Mittelungswert und auch die sie berichtende journalistische Dar-

stellungsform. In der Praxis des Informationsjournalismus wird zwischen Meldungen und Berichten unterschieden⁷ (vgl. ebd.: 25f.). Ihre Hauptfunktionen sind die unter 2.3.1 beschriebene „Funktionstrias“ aus Information, Meinungsbildung und Kontrolle.

Die Informationsfunktion ist zentral: Informationen über Ereignisse, die das Publikum nicht selbst prüfen oder erleben kann, die aber öffentliche Relevanz besitzen, können nur über die Massenmedien erfahren werden. Die Berichterstattung dient der Komplexitätsreduktion der (globalisierten) Umwelt, formt eine ausdifferenzierte Gesellschaft durch vielfältige Themengenerierung und ermöglicht durch die Wissensvermittlung die Koorientierung Einzelner in der Gesellschaft (vgl. Jarren 2008: 330). Damit ist sie die Grundlage für die Meinungsbildung der Bevölkerung, die es ihnen ermöglicht, „an den gesellschaftlichen Entscheidungsprozessen kompetent und aktiv teilzuhaben“ (Wolling 2002: 202), also wählen zu gehen und einer Partei oder Organisation beizutreten und die demokratische Vielfalt (die diesem Gedanken als normative Grundlage vorausgeht) zu erhalten. Diese Orientierungsfunktion, die zur Interpretation des komplexen Informationsangebots dient, steht in einem Spannungsverhältnis zur Informationsfunktion, weil die „Deutungsangebote“ der meinungsbildenden Nachrichten Werturteile enthalten (vgl. Voltmer 1998/99: 30).

Decken Massenmedien soziale Missstände oder politisches Fehlverhalten auf, sorgt ihre Öffentlichkeitswirksamkeit häufig für die Korrektur der Probleme, weil sie den Rezipienten – die jetzt Wähler sind – mit den Informationen die Macht zum Handeln (d. h. Abwählen) gibt (vgl. Voltmer 1998/99: 29). Diese Kritik- und Kontrollfunktion brachte den Medien den Titel „watchdog“ ein. Häufig als „Vierte Gewalt“ missverstanden, soll sie die Bürger und die Demokratie vor Unregelmäßigkeiten schützen. Versagt hier die Qualitätsleistung der Medien etwa bei Falschaussagen, wirkt sich das nicht nur auf das Image der Medien aus, sondern auch auf politische Machtverhältnisse. Die Nachrichtenqualität wirkt damit direkt auf die Demokratieperformanz. Die der Demokratie dienende Funktion (vgl. Rager 1994: 192) ist heute verfassungsrechtlich

7 Unter Meinungsdarstellung fallen Glosse und Kommentar, zum Unterhaltungsjournalismus gehören Reportage und Feature (ebd.).

selbstverständlich, musste sich aber erst aus einem individualisierten Verständnis der Pressefreiheit entwickeln (vgl. Donsbach 2009: 88).

Die Beziehung zwischen Medien und Politik ist ein wichtiger Faktor der Nachrichtenqualität: Nähe ist notwendig für optimale Informationsleistungen, Distanz ist notwendig für effektive Kontrolle der Regierung (vgl. Voltmer 1998/99: 30; vgl. Schulz 2011: 323). Das richtige Verhältnis festigt die Demokratie, wie unerwarteterweise jüngst der US-Republikaner John McCain im Interview mit dem NBC-Moderator Chuck Todd bestätigte:

I hate the press, I hate you especially. But the fact is we need you. We need a free press. [...] if you want to preserve democracy as we know it, you have to have a free and many times adversarial press[.] (Scott; CNN 2017: online).

Die Qualität der Nachrichten spielt jedoch erst in zweiter Linie eine normative Rolle für die Demokratieerhaltung. In erster Linie ist sie funktional notwendig, damit der Vertrauensvorschuss erhalten bleibt, der der Nachrichtenrezeption vorausgeht. Medieninhalte sind für die Nutzer Erfahrungs- und Vertrauensgüter, weil viele nachrichtenrelevante Sachverhalte der ausdifferenzierten Gesellschaft nicht als Primärerfahrung überprüft werden können (da sie keinen Zugang zu Regierungsgesprächen oder Kriegsgebieten haben) (vgl. Serong 2015: 188). Deshalb bedeutet für Rezipienten die verlässlich hohe Qualität der Leitmedien eine Entlastungsfunktion bei der Erfüllung ihrer Informationsbedürfnisse (vgl. Jarren 2008: 332). Qualitäts- oder Leitmedien sind Intermediäre, wenn sie durch ihre normative Positionierung zu Meinungsbildung beitragen (vgl. Jarren/Vogel 2011: 21), und wenn:

Inhalt und Organisation [...] sowohl von den an der Vermittlung von Themen interessierten gesellschaftlichen Akteuren wie von den Rezipienten als Einheit wahrgenommen werden [und] wenn diese auch von anderen – entweder von vielen oder aber von als besonders relevant eingeschätzten Gesellschaftsmitgliedern (Experten, Elitenangehörige) – genutzt werden (Jarren 2008: 334f.).

Bei Leitmedien wird Qualität somit Teil der Marke, und die Einheit aus Nachrichtenprodukt und Dienstleistern erzeugt Erwartungssicherheit an Informationen, die dem Einzelnen die zur Orientierung innerhalb der Gesellschaft nötigen Ausgangsinformationen verschafft.

2.5 Visualisierung: „Publizistische Qualität“ in der Forschung

Eine umfassende Übersicht über die Ableitung von Qualitätskriterien bieten Wellbrock/Klein (Abbildung 1). Hier wird Qualität als Voraussetzung zur Erfüllung der öffentlichen Aufgabe verstanden.

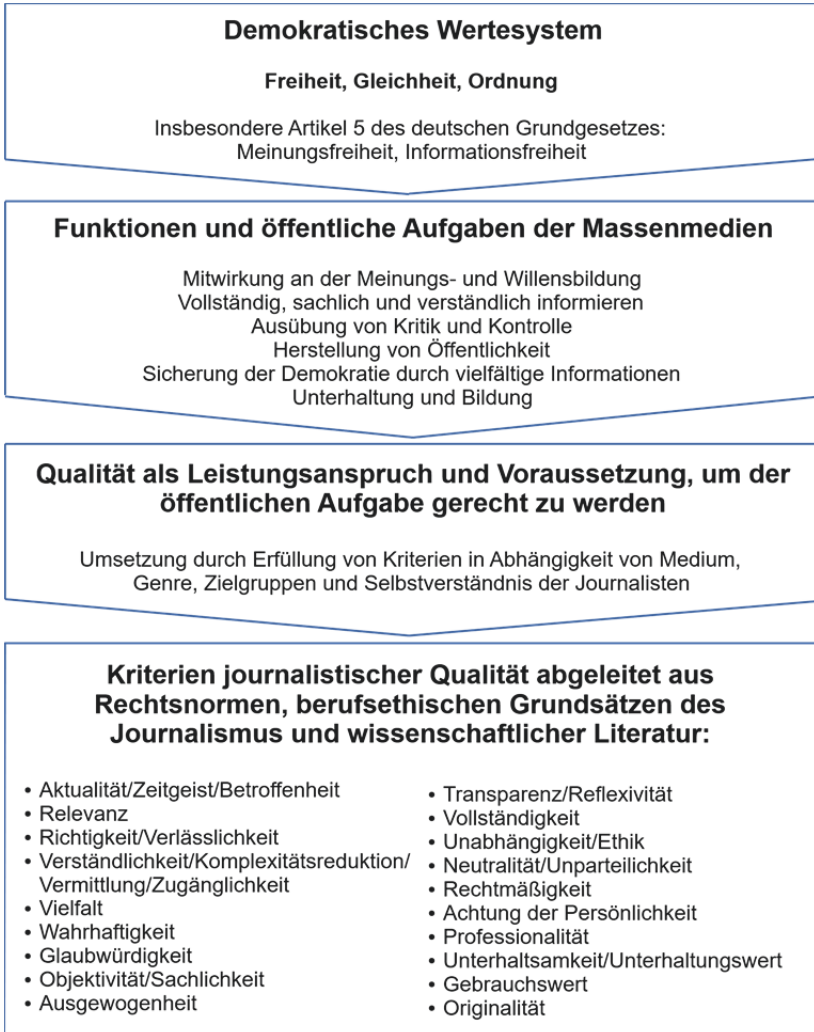


Abbildung 1: Journalistische Qualität: Definition und Kriterien (nach Wellbrock/Klein 2014: 391).

Die Kriterien richten sich deshalb nach rechtlichen, demokratischen und journalistischen Ansprüchen.

Laut Saxer ist journalistische Qualität ein zu komplexes Konstrukt, um als Gesamtheit dargestellt zu werden: „Publizistikwissenschaftliche Qualitätsmodelle können unter diesen Umständen nur defizitär sein“ (Saxer 2000: 197). Der Forschung fehle Integralität, da sie ausschließlich Teilaspekte in den Blick nimmt. Es sei beinahe unmöglich, bei der Fülle der Perspektiven und Teilsysteme eine übergreifend gültige Darstellung zu schaffen (vgl. Saxer 2000: 196).

Deshalb beschreibt das folgende Modell (Abbildung 2) nicht „Publizistische Qualität“ als Konzept, sondern die Forschungsperspektiven, aus deren Blickwinkel Medienqualität und ihre Kriterien immer wieder neu entstehen. Es bringt alle Faktoren und Dynamiken, die in diesem Kapitel in Einzelteilen erklärt wurden, in den Gesamtzusammenhang, den die Qualitätsforschung oft für unbedeutend hält.

Die Stärke des Modells liegt darin, dass sowohl die Akteurskonstellationen des Journalismus mit ihren jeweiligen Wirkungsbereichen und Interessen dargestellt sind, sondern auch die Perspektiven der Qualitätsforschung auf sie Bezug nehmen. Das heißt, dass Akteure und ihre Abhängigkeiten, Produkte und ihre Inhalte, Strukturen und ihre Prozesse, also sämtliche Objekte, an die die Forschung Fragen und Urteile nach Qualität richtet, auf einen Blick sichtbar sind. Damit ordnet das Modell den Stand der Qualitätsforschung und bildet so den Kern dieser Arbeit ab. Man könnte jeden der untersuchten Qualitätsforscher mit seinem Werk auf einer Stelle des Modells verorten und hätte so dessen Schwerpunkte und Beziehungen zu anderen Forschern visualisiert.

Die Grafik ist wie eine Matrix zu lesen: die drei Perspektiven auf den Journalismus in hellblauen Kästen links (politisch, journalistisch, ökonomisch) und die drei Bezugsdimensionen für Qualität in orangefarbenen Kästen oben (Inhalte, Strukturen, Akteure). Sie kreuzen sich in der Medienrealität mit ihren Prozessen, Ebenen und Zuständigkeiten. Durch die blauen (journalistisch), roten (politisch) und grünen (medienökonomisch) Linien wird verdeutlicht, welche Journalismusperspektive in welchem Bereich des Mediensystems wirksam ist. Durchgehende Linien zeigen an, dass die beinhalteten Systemkomponenten vorrangig

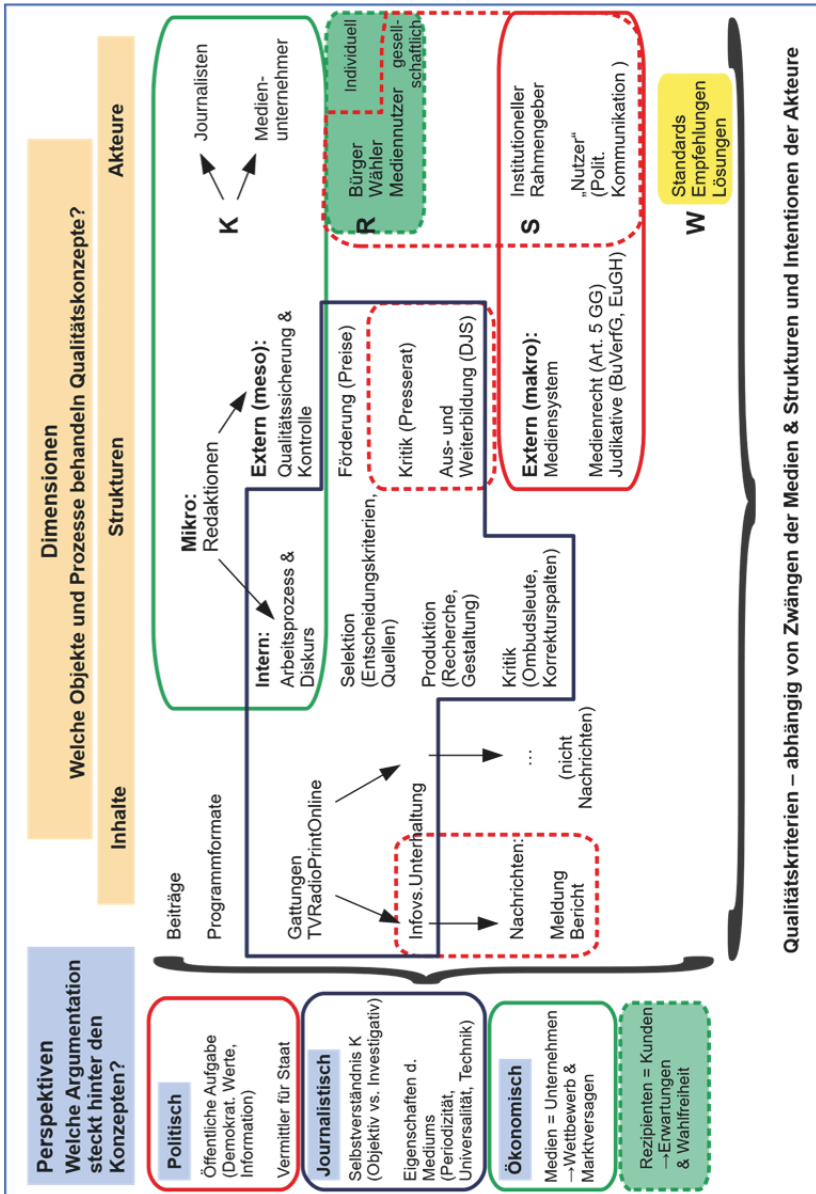


Abbildung 2: Publizistische Qualität: multidimensional, multiperspektivisch (eigene Darstellung).

zu der farblich angezeigten Perspektive gehören und aus dieser unter sucht werden können. Gestrichelte Linien zeigen sekundäre Zugehörigkeiten an.

Hier wird auf den ersten Blick deutlich (rot gestrichelte Kästen), dass die politische Perspektive in allen Dimensionen der Publizistischen Qualitätsforschung vertreten ist und berücksichtigt werden muss: In der Dimension der Inhalte durch die öffentlich-demokratische Aufgabe der Medien und die spezielle Stellung der Politik als Nachrichtenobjekt, zugleich auf der meso-externen Ebene in der Dimension „Strukturen“, wenn Staat und Redaktionen etwa die Arbeit des Presserates an Mediengesetze binden oder Beschwerdeverfahren rahmen, sowie in der Dimension der Akteure, da Politiker sowohl Gegenstand als auch „Nutzer“ der Berichterstattung sind.

Im weiteren Sinne sind sie auch bürgerliche und private Rezipienten von Nachrichten. Die oben erwähnte politisch-rechtliche Definition journalistischer Qualität nach Wellbrock/Klein gehört in diesen Bereich. Berührungspunkte mit der journalistischen Dimension werden im „Selbstverständnis“ angedeutet, aber nicht wie in der vorliegenden Matrix mit den redaktionellen Prozessen des Journalismus verknüpft.

Die Überschneidungen der Systeme und die gegenseitigen Abhängigkeiten zeigen auch die Rollenwechsel und Doppelrollen der einzelnen Akteure. Aus den Systemzusammenhängen folgt schließlich, dass „Qualität“ kein fixer Zustand, kein Standardmaß ist, welches alle Nachrichtenprodukte und Nachrichtenakteure zu erreichen haben. Unter Berücksichtigung der in Kapitel 2.3 genannten Definition über den „Grad der Umsetzung der intendierten und nicht intendierten *Medienfunktionen* auf politischer, sozialer, wirtschaftlicher und journalistischer Ebene“ sind Qualitätskriterien funktional abhängig von den Zwängen der jeweiligen Medien und ihrer handlungsleitenden Strukturen sowie den Intentionen der Akteure in Journalismus, Politik, Medienökonomie und Medienwissenschaft.

Das Modell soll ein Leitfaden sein, eine Gedächtnisstütze für das große Ganze, um wichtige Einflussfaktoren auf Qualität bei ihrer Bewertung nicht zu übersehen. Die je nach Forschungsobjekt gültigen Qualitätskriterien kann das Modell nicht vorhersagen. Sie müssen für jeden Einzelfall aus der gewählten Perspektive abgeleitet und interpretiert

tiert werden. Dieser Zustand mag in der empirischen Sozialforschung frustrieren; solange Qualität aber subjektiv während des Kommunikationsprozesses interpretiert wird (s. Kapitel 2.1.), muss auch die Forschung prozesshaft verlaufen.

Diese Zusammenhänge können hier nicht zur Gänze diskutiert werden. Die komplexeste Darstellung dient als Lesebeispiel: Die ökonomisch-nutzerorientierte (Rezipienten-)Perspektive ist gekennzeichnet vom Marktversagen bezüglich der Dienstleistung Journalismus und den Rezipienten als Bürger und Wähler sowie Mediennutzer und Kunden. Die in dieser Perspektive relevanten Komponenten sind die mikrostrukturellen Redaktionen (Struktur) mit Kommunikatoren und Rezipienten (Akteure). Forschungsrelevant sind meist die Prozesse der Qualitätssicherung, die beispielsweise bei Redaktionskonferenzen (interner Diskurs) oder durch von Medienverbänden festgelegte Richtlinien (mesoextern) gestaltet werden.

Die Perspektive hat zwei Anknüpfungspunkte: einmal mit der akteursbezogen-handlungstheoretischen Perspektive (blau), in der Inhalte, beispielsweise Nachrichten und Mediengattungen, oder Strukturen, etwa Arbeitsprozesse von Selektion und Produktion, untersucht werden. Zweitens verbindet sie sich über den Akteur „Rezipient“ mit der systemtheoretischen Perspektive (rot), was aus der individuell und gesellschaftlich, politisch und ökonomisch begründeten Doppelrolle der Rezipienten resultiert.

Hier wird deutlich, dass die im Titel der Arbeit betonte „Nachrichtenqualität“ lediglich ein Teil der Qualitätsforschung ist: ein Unterpunkt der Dimension „Inhalte“, der sowohl aus systemtheoretischer wie handlungstheoretischer Perspektive relevant ist, aber völlig unterschiedlich untersucht wird: nämlich in seiner Wirkungsweise als Stütze der Demokratie (Informationsfunktion für Rezipienten und Staat) und in Bezug auf die mediengattungstypischen Zwänge (Radionachrichten „funktionieren anders“ als Zeitungsnachrichten) und die damit verbundenen redaktionellen Routinen.

Die folgenden Studien behandeln meist Nachrichten, jedoch wurden, um die Qualitätsforschung umfassender zu charakterisieren, auch nicht-nachrichtenspezifische Studien miteinbezogen.

3. Kriterienkataloge der empirischen Qualitätsforschung

Für einen nützlichen Literaturüberblick müssen bei der Literaturoauswahl Grenzen gesetzt werden. Dabei können inhaltliche Aspekte, die geografische Verteilung der Autoren oder die Erscheinungszeiträume berücksichtigt werden, um eine große Diversität bei möglichst guter Vergleichbarkeit zu erreichen.

In der vorliegenden Arbeit wurde zunächst eine inhaltliche Einschränkung auf Studien versucht, die sich explizit mit Nachrichten beschäftigen. Diese Einschränkung wird der Forschungsrealität nicht gerecht. Viele Autoren begrenzen ihre Ergebnisse nicht explizit auf Nachrichtenjournalismus, andere Autoren gehen grundsätzlich davon aus, dass der Gegenstand der Qualitätsforschung nur Informationsinhalte und nicht Unterhaltungsmedien sind. Wieder andere Autoren trennen nur unsauber zwischen Nachrichten, Berichten oder Reportagen. Um eine unsachliche Einschränkung durch den Arbeitstitel „Nachrichtenqualität“ zu verringern, werden deshalb auch Studien vorgestellt, die Zeitungs- oder Rundfunkprogramme allgemein behandeln.

Hauptbezugspunkt sind die Ansätze der gut vernetzten deutschen, schweizerischen und österreichischen Forschung, die ob der kulturellen Ähnlichkeit ihrer Forschungsgegenstände (Medienstrukturen, Medienangebote, journalistisches Arbeiten unter der Meinungsfreiheit) gut vergleichbar sind. Die vorliegende Literaturoauswahl zeichnet sich durch ihre zeitliche Diversität aus: Da der Diskurs erst seit den 1990er Jahren Fahrt aufgenommen hat, ist es möglich, die recht kurze Zeitspanne intensiv zu durchleuchten, indem Studien der frühen und der heutigen Qualitätsforschung gleichermaßen berücksichtigt werden.

Das nächste Kapitel zeigt die inhaltliche Bandbreite der Forschung und liefert empirisches Material zu den in Kapitel 2 beschriebenen Perspektiven auf das Zusammenspiel von Informationsjournalismus, Politik und Gesellschaft.

Ein Ziel ist, konzeptionisierende Aufsätze und empirische Studien gleichermaßen vorzustellen und zu zeigen, wie die Kriterien aus den Journalismusfunktionen abgeleitet wurden. Da die Qualitätsforschung diese „Findungsphase“ abgeschlossen hat und sich nun auf die Anwendung der Kriterien zur Medienbewertung konzentriert, werden auch Studien vorgestellt, die Medieninhalte vergleichend kritisieren und Lö-

sungen zur Qualitätssicherung vorschlagen. Ein weites Feld sind die explorativen Studien zur Rezipientensicht. Hier ist man noch auf der Suche nach Kriterien und Qualitätsverständnissen des Publikums.

Der Fokus soll bei all dem auf der deskriptiv-analytischen Methodenkritik liegen. Die Ergebnisse zur Medienqualität werden nur knapp gefasst: Gegenstand dieser Literaturstudie ist nicht die aktuelle Qualität der Medien, sondern die Vielfalt der Forschung über Medienqualität.

Die Studien wurden in Kategorien⁸ eingeteilt und so nach ihrer Rolle im Forschungsdiskurs geordnet. Diese der qualitativen Inhaltsanalyse ähnliche Vorgehensweise ist für Literaturüberblicke besonders wegen der Filterfunktion⁹ in ein Tabellenkalkulationsprogramm empfehlenswert. Je nach Fragestellung konnten Kategorien kombiniert oder ausgeblendet werden, sodass etwa nur Publikationen angezeigt wurden, die von der Rezipientenperspektive ausgehen oder nur Nachrichteninhalte untersuchen. Das „Durchspielen“ aller Kategorie-Kombinationen hat erheblich dazu beigetragen, die Masse der recherchierten Literatur zu ordnen, eine Systematik zu erkennen und Relevantes von Irrelevantem zu unterscheiden.

3.1 Vertreter der system- und demokratietheoretischen Perspektive

Studien dieser Kategorie leiten die Qualitätskriterien aus den Funktionen des Journalismus für das politische System und die demokratische Öffentlichkeit ab. Diese Denkweise wurde anfangs von McQuail (1992) geprägt und von Rager (1994) fortgeführt. Handlungsleitende Strukturen, auch in Form des Medienrechts, zogen Ruß-Mohl (1992, 1994) und Schatz/Schulz (1992) zur Begründung von Qualitätskriterien heran. Die ermittelten Kriterien wurden empirisch überprüft: Voltmer (1998/99) wählte einen politikwissenschaftlichen Zugang zum Vergleich der Me-

- 8 U. a. Thema (Perspektive, Qualitätssicherung, Forschungsüberblick), Forschungsgegenstand (Strukturen, Akteure, Inhalt, Nachrichten), Kriterienkatalog (ja, nein, fremder angewendet), empirische Studie oder theoretisches Konzept, Jahr, Publikationstyp.
- 9 Das Vorgehen erfordert, wie bei der qualitativen Inhaltsanalyse, große Sorgfalt bei der sauberen Anwendung des Kategoriensystems, damit die spätere Filteranwendung noch Sinn ergibt. Da Excel keinen kostenpflichtigen Zugang benötigt, ist es zur Bewältigung größerer Literaturmengen beim Erstellen eines Literaturüberblicks zu empfehlen.

diendarstellung von Parteien, Maurer (2005) untersuchte Rundfunknachrichten und Hagen (1995) prüfte die Nachrichtenredaktionen vorgelegten Agenturdienste. Pöttkers (2000) Katalog bleibt theoretisch und begründet Qualität historisch aus der Entwicklung des Journalismus.

Diese Kategorie enthält die meisten Vertreter: Ob man sie ideologisch-normative, politisch-system- oder demokratiethoretische Ansätze nennt, die Qualitätsbegründung aus den Funktionen der Medien für die Gesellschaft ist die verbreitetste Perspektive der Qualitätsforschung.

3.1.1 McQuail 1992: Demokratische Normen

Vor McQuails „Media Performance“ gab es zwar einige Studien zur Vielfalts- oder Objektivitätsforschung (Kapitel 2.2.), aber keine fundierten theoretischen Überlegungen für eine „social theory of media performance“ (McQuail 1992: 18). Er betrachtete die öffentliche Aufgabe der Medien, den „public task of the media“, der im öffentlichen Interesse, „in the public interest“ gestaltet sein müsse, und analysiert öffentliche (Nachrichten-)Diskurse im „information age“, bei denen er die Massenmedien als stabilisierende, sozial integrierende und Politik kontrollierende Faktoren identifiziert (vgl. ebd.: 306f.).

Seine Qualitätskriterien leitet McQuail aus einer sozialverantwortlichen Medienkritik und den demokratischen Normen westlicher Gesellschaften ab (vgl. ebd.: 15; 35f.), in denen Staat, Publikum und Kommunikatoren ihre Qualitätsstandards letztlich den Bedürfnissen der Gesellschaft anpassen müssen (vgl. ebd.: 11). Die demokratischen Grundwerte Freiheit, Gleichheit und Ordnung bilden den Rahmen des „Media Performance Assessment“, der Qualitätsbeurteilung. McQuail ordnet ihnen Kriterien wie Unabhängigkeit, Vielfalt und Objektivität zu (vgl. ebd.: 78). Letzteres operationalisiert er beispielsweise speziell für den Nachrichtenjournalismus durch Unparteilichkeit, Neutralität und Ausgewogenheit (vgl. ebd.: 223f.). Damit baut McQuail ebenfalls auf Westerstahls Objektivitätskonzept auf (vgl. Schatz/Schulz 1992: 703).

McQuails Kriterienkatalog ist empirisch nicht ohne weiteres zu verwenden: „Viele seiner Forderungen verbleiben aber auf einem abstrakten, empirisch kaum zugänglichen Niveau“ (Voigt 2016: 32). Nichtsdestotrotz hat dieses erste, umfassende Konzept einer Theorie der Qualitätsforschung die weitere empirische Forschung entscheidend geprägt.

3.1.2 Schatz/Schulz 1992: Rechtliche Grundlagen

Aufbauend auf McQuails demokratiethoretischen Überlegungen entwickeln Schatz/Schulz erstmals empirisch prüfbare Kriterien. Qualitätsbewertung beruht auf dem Konsens eines Wertesystems. Jedoch treffen im Medienbereich viele teils antagonistische Wertesysteme aufeinander (Politik, Publikum, Professionelle). Ihnen ist lediglich das Medienrecht als verbindlicher Rahmen gemeinsam: Es beruht auf dem Verfassungskonsens (§41 Abs. 1, 19. RÄStV) über demokratische Werte von Freiheit, Gleichheit und Ordnung (vgl. Schatz/Schulz 1992: 691).

Für den Rundfunk gelten drei Programmgrundsätze: das Gebot der Vielfalt, der Professionalität und der Rechtmäßigkeit, an denen sich die Qualitätsforschung „naturgemäß“ (ebd.: 692) zu orientieren habe. Die Autoren stützen sich auf Vielfalt (§41 Abs. 2, 19. RÄStV) als demokratisch erforderliches Kriterium und ergänzen ihren Katalog um Relevanz, Professionalität, Akzeptanz und Rechtmäßigkeit (vgl. ebd.: 693). Für jedes Kriterium finden sie valide und reliable Messvorschläge, die in Kapitel 4.1. vorgestellt werden.

Neu war ihre Forderung nach mehr Publikumsbezug: Das Urteil der Rezipienten spielte medienrechtlich keine Rolle. Im Vergleich mit den rezipientenorientierten Zugängen der japanischen, skandinavischen und amerikanischen „Studies of Broadcasting“ (NHK 1991) zeichnete sich Deutschland gar durch eine „Abwertung des Publikumsgeschmacks“ (vgl. Schatz/Schulz 1992: 706) aus. Der medienrechtliche Zugang zur Qualitätsbestimmung wurde aber auch scharf kritisiert: „Programme/Berichte, die gegen das Gebot der Rechtmäßigkeit verstoßen, sind nicht schlecht, sondern verboten“ (Rager 1994: 195).

3.1.3 Ruß-Mohl 1992 und 1994: Qualitätsdimensionen

Ruß-Mohl entwickelt 1994 den Infrastrukturfaktor, genannt I-Faktor, als zentrale Variable der Qualitätssicherung. Sein Buch ist keine empirische Studie, dient jedoch vielen empirischen Werken als Vorbild. Ruß-Mohl kombiniert journalistische Recherchemethoden und wissenschaftliche Analyse, indem er Expertengespräche führt und Fachliteratur wie auch nichtwissenschaftliche Branchenpresse (die er als unterschätzte Fundgrube für die Empirie bezeichnet) hinzuzieht. Er beschreibt das US-amerikanische Mediensystem und vor allem den Printbereich, dem er

durch sein Selbstverständnis als „Zeitungsman“ (Ruß-Mohl 1994: 28) nahesteht.

Sein Qualitätsverständnis bezieht sich auf Kontroll- und Sicherungsmaßnahmen im Journalismus, also nicht auf Inhalte oder Produktionsprozesse. Sein systemtheoretischer Zugang ist dabei durch ökonomische und demokratietheoretische Argumente geprägt: „Journalismus ist sowohl ein kommerzielles Gut als auch eine öffentliche Aufgabe – mithin ein meritorisches Gut“ (ebd.: 88f.). Den Rezipienten schreibt er zwei Rollen zu, die der Marktteilnehmer und die der Staatsbürger, die durch unterschiedliche Interessen und Qualitätserwartungen geprägt sind. Seine Qualitätsbegründung nutzt normative, wenn auch etwas elitär formulierte Argumente:

In der Demokratie genügt es jedoch nicht, Marktteilnehmer zu sein. Wenn sie funktionieren soll, brauchen wir auch Staatsbürger, die am politischen Leben partizipieren [...] Sehr schnell gefährlich, wenn nicht gar tödlich für die Demokratie wird es indes, wenn sich uninformierte Bürger politisch zu engagieren beginnen oder sich gar parlamentarisch Mehrheiten bilden, die die Prinzipien des Minderheitenschutzes und die individuellen Freiheitsrechte mißsachten [...] Das Gemeinwesen [...] hat auch ein Eigeninteresse daran, dass die Medien Informationen in einer Qualität und Vielfalt bereitstellen, die über die vom Markt gesetzten Standards hinausreichen. Es gibt also ein kollektives Interesse an Informationen – und damit fraglos eine ‚öffentliche Aufgabe‘ des Journalismus (Ruß-Mohl 1992: 83f.).

Aus ökonomischer Sicht seien „Einschaltquoten und Verkaufsauflagen unverzichtbare Qualitätsindikatoren“ (ebd.: 81f.), wenn auch nicht hinreichend gültig. Weil auch gebündelte Expertenurteile nicht „zunünftern“ und subjektiv sind, gibt Ruß-Mohl den Versuch auf, objektive Qualitätskriterien zu finden: Stattdessen untersucht er empirisch messbare Faktoren der Medienrealität, die das Vorhandensein von Qualität zwar nicht messen, die aber Voraussetzungen für das Entstehen von Qualität sind (vgl. ebd.: 102ff.):

Gemeint ist mit Infrastrukturfaktor jene Vielzahl von Initiativen und Institutionen, die mit ihren Aktivitäten Qualitätssicherung den Journalismus prägen – also auf Journalismus Einfluss nehmen, in der Regel ohne selbst zur Erstellung von Medienprodukten direkt etwas beizutragen. (ebd.: 22).

Dazu zählt er Institutionen zur Aus- und Weiterbildung, Selbstkontrollorgane, Journalistenverbände und auch Medienforschung und Meta-Journalismus. Die bisherige Forschung betrachtete diese Faktoren meist isoliert. Da sie interdependent zu verstehen sind und nur als Netzwerk ihre Wirkung entfalten, sind Detailbetrachtungen nicht zielführend (vgl. ebd.: 23). Journalistische Qualität entsteht demnach nur innerhalb dieser wirksamen Infrastrukturen, weil diese Qualitätssicherung und Professionalisierung des Journalismus erzeugen – die nach Ruß-Mohl wichtigsten Aspekte journalistischer Qualität (vgl. ebd.: 108). Er folgert durch die Analyse US-amerikanischer Infrastrukturen für das deutsche Mediensystem, dass Selbstthematization und Meta-Kritik der Medien ein wirksames, nachträgliches Korrektiv sind und dass Wissenschaft Lösungen zur Verbesserung der Infrastrukturen liefern soll (vgl. ebd.: 308ff.).

Ruß-Mohl entwickelt mit diesem Buch kein empirisches Messkonzept, sondern vielmehr einen Appell an alle mit dem Mediensystem beschäftigten Parteien, der die Forschung stark geprägt hat. Erstaunlich ist, dass er medienpolitische und rechtliche Regularien und Akteure sowie die durch sie gesetzten Rahmenbedingungen ausgeblendet hat, obwohl sie die Grundlage für die Infrastrukturen schaffen (etwa das Bundesverfassungsgericht mit dem Urteil zum Grundversorgungsauftrag; vgl. Branahl 1992: 91).

Empirisch nützlich ist Ruß-Mohls Aufsatz von 1992, der nicht nur einen konzeptionellen Überblick über Perspektiven und Operationalisierungen der Qualitätsforschung gibt. Er versteht Qualitätsmaßstäbe als abhängige Variable der unabhängigen Variablen Journalismusfunktion, Publikum, Selbstverständnis der Journalisten, Genre und Medium, Periodizität (also: Eigenschaften der Mediengattungen) (vgl. Ruß-Mohl 1992: 85). Um der Diversität gerecht zu werden, stellt er Qualitätsbewertung gemäß einer politischen Zieldiskussion dar, seinem „Magischen Vieleck“ mit den fünf Qualitätskriterien: Objektivität (z. B. Ausgewogenheit), Komplexitätsreduktion (inhaltliche Faktentreue trotz semantischer Vereinfachung), Aktualität (Neuigkeit und Relevanz), Originalität (eigene Gegenrecherche), Transparenz/Reflexivität (Quellenkritik) (vgl. ebd.: 86; s. Abbildung 3).

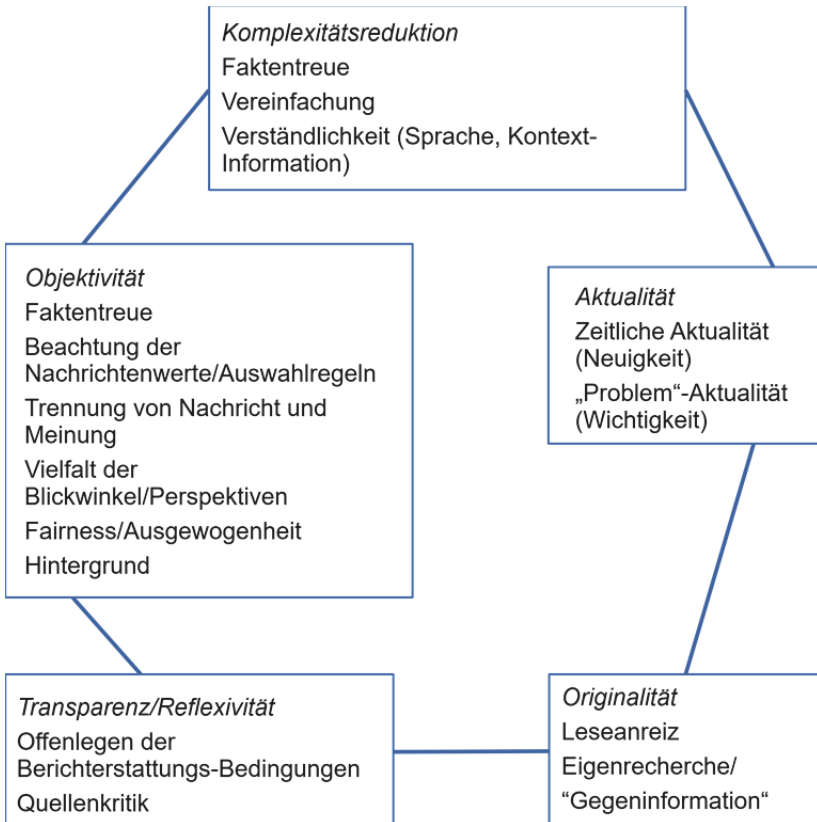


Abbildung 3: Ziele und Kriterien der Qualitätsbewertung: „Magisches Vieleck“ (nach Ruß-Mohl 1992: 86).

Es stellt die Ziele der unabhängigen Variablen dar, die sich überlappen oder exkludieren. Die Zwänge des Mediensystems erzeugen unterschiedliche Qualitätsformen, deren Defizite je nach Intentionen der beteiligten Akteure als problematisch oder tragbar bewertet werden.

Zwei Beispiele zu unterschiedlichen Qualitätsanforderungen bei unterschiedlichen Medienprodukten und -akteuren: Sprachliche Vereinfachung geht möglicherweise zu Lasten inhaltlicher Faktentreue, was ein „Spiegel“- und ein „Bild“-Redakteur als unterschiedlich schädlich für die Qualität ihres Produkts bewerten würden. Hohe zeitliche Aktualität und Kürze (also der Zwang des Medientyps Radio) geht eventuell zu Lasten

ausgewogener Hintergrundberichterstattung, was Politikwissenschaftsstudenten und unter Zeitdruck stehende Berufstätige als unterschiedlich schädlich für die Qualität ihrer morgendlichen Informationsroutine bewerten würden.

Aus der Qualitätsbewertung leitet Ruß-Mohl ein Konzept für ihre Sicherung ab: Sie muss dezentral, multipersonell und langfristig angelegt sein, um die freie Presse nicht zu behindern. Er unterscheidet Prävention, Produktionsprozess und Korrektur als zeitliche Phasen der Qualitätssicherung, in denen verschiedene Instrumente wirken können: Aus- und Weiterbildung, Konkurrenzvergleiche und Gegenlesen, innerredaktionelle Blattkritik, meso-externer Metajournalismus und Forschung, Leserbefragungen etc. (vgl. Ruß-Mohl 1992: 86f.). Ruß-Mohl hat insgesamt einen umfassenden Themenaufriß gestaltet, der die nachfolgende Forschung enorm beeinflusst hat.

3.1.4 Rager 1994: Qualität als Zielvorgabe

Rager (1994) leitet aus den demokratieerhaltenden Funktionen des Journalismus eine normative „Zielvorgabe“ ab: „Das Mediensystem soll vielfältig sein“ (Rager 1994: 191), weil Vielfalt die Meinungsbildung und die Partizipation verschiedener sozialer Gruppen ermögliche. Aus der Vielfaltsvorgabe leiten sich aber nicht starre Qualitätskriterien ab, denn seine Arbeitsregeln dürfe der freie Journalismus ohne politische Vorgaben bestimmen. Verschiedene Medieninhalte benötigen verschiedene Handlungsprogramme, und diese Binnendifferenzierung führt letztlich zu größerer Vielfalt (vgl. ebd.: 193). „Wer Journalismus als sich selbst steuerndes System begreift (vgl. Rühl 1980), bei dem ist kein Platz für politische Außensteuerung über Normen“ (Rager 1994: 195), grenzt sich Rager von der Systemtheorie ab, an die seine Überlegungen nur angelehnt seien.

Ähnlich wie Pöttker nimmt Rager eine Zwischenstellung ein, weil der Journalismus seine Leistungskriterien autonom bestimmt (akteursbezogene Perspektive), aber demokratietheoretisch begründet (systemtheoretische Perspektive). Ragers Ansatz gilt deshalb als Brücke zwischen den beiden Qualitätsbegründungen (vgl. Voigt 2016: 34).

Wie Schröter, aber im Gegensatz zu Pöttker leitet Rager Qualitätskriterien aus der journalistischen Praktikerliteratur ab: „Die Voraussetzung

für journalistische Qualität ist wiederum professionelle journalistische Produktion“ (Rager 1994: 192). Zur Bestimmung der professionellen Handlungsprogramme führte Rager 1993 eine Befragung unter 100 Redakteuren deutscher Tageszeitungen durch und ließ sie verschiedene Qualitätsdimensionen mittels eines Punktesystems bewerten. Die Journalisten zählten zur Qualität zuerst Faktentreue und gründliche Recherche, dann verständliche Vermittlung, während Aktualität und Relevanz kaum genannt wurden. Eventuell gehört dies automatisch zum beruflichen Selbstverständnis dazu (vgl. Rager 1994: 205f.).

Die Selbstregulation des Journalismus lässt vier Qualitätskriterien zu: Aktualität als zentrale Dimension journalistischen Handelns, die Rager über die Schnelligkeit der Medien, auf ein Ereignis zu reagieren, misst (vgl. ebd.: 196f.). Relevanz haben Themen, wenn sie aktuell und bedeutsam sind. Relevanz lenkt (ähnlich dem Verständnis der Nachrichtenwerttheorie) journalistische Selektionsprozesse, die Platzierung eines Themas, die zugewiesene Sendezeit. Rager misst die Qualität von Relevanz auch intern über die Vollständigkeit der Darstellung (Details, Positionen, Akteure, Argumente) (vgl. ebd.: 197f.).

Richtigkeit als Forderung von Wahrheit hängt mit der Objektivitätsforderung zusammen, und kann nur annähernd und in Form von subjektiver Wahrhaftigkeit erreicht werden (vgl. ebd.: 199f.). Die Qualität der Richtigkeit ist annähernd bestimmbar über die Zahl der Quellen, die Sorgfalt der Recherche, die ausgewogene Darstellung konkurrierender Meinungen. Sie wird umgesetzt durch die vollständige Beantwortung der W-Fragen (Wer, Was, Wann, Wo, Wie; vgl. ebd.: 201).

Vermittlung meint schließlich Regeln von Sprache und Stil (gemessen an Wahl und Umsetzung des Genres, zielgruppengerechter Verständlichkeit, Design, Themenmischung) ebenso wie das Herstellen gegenseitiger Bezüge zwischen Publikum und Journalisten (vgl. ebd.: 202). Dieses Kriterium kommt bei Pöttker wieder vor und heißt dort „Wechselseitigkeit“ (Pöttker 2000: 389).

3.1.5 Hagen 1995: Nachrichtenagenturen als Qualitätsinstanzen

Hagen (1995) untersucht Nachrichtenqualität (bei ihm Informationsqualität) anhand sechs deutscher Nachrichtenagenturen. Er misst sie durch neun Kriterien, die er aus der öffentlichen Aufgabe der Medien ableitet:

Wahrheit, Menge, Relevanz und Verständlichkeit bestimmen Informationsqualität allgemein. Der Nutzen für die Bürger entsteht durch den Objektivitätsanspruch, bestehend aus Vielfalt, Richtigkeit, Transparenz und Sachlichkeit. Speziell für Agenturberichterstattung zieht er noch zeitliche Relevanz in Form von Aktualität hinzu (vgl. Hagen 1995: 52).

Nachrichtenagenturen haben großen Einfluss auf die Medienberichterstattung: Immer wieder wird kritisiert, dass Redaktionen Agenturmeldungen oft unverändert und ungeprüft übernehmen (vgl. ebd.: 18ff.). Dennoch prüft die Qualitätsforschung fast ausschließlich redaktionelle Inhalte, statt der ihnen vorgelagerten Agenturmeldungen.

Hagen untersucht Material der (damals) marktstärksten Dienste (dpa, AP, Reuters, AFP, ddp, ADN) statt in einer Vollerhebung per Ereignisanalyse, da bestimmte Kriterien (z. B. Relevanz) nur im Kontext des jeweiligen Ereignisses beurteilt werden können. Die geringere Repräsentativität seiner Ergebnisse ist zugunsten der höheren Validität der Qualitätsmessung zu vertreten (vgl. ebd.: 31).

Hagen wählt fünf politische Ereignisse,¹⁰ über die vom 22.02. bis 28.02.1992 in allen Diensten berichtet wurde (vgl. ebd.: 137) und codiert sie mittels der Semantischen Struktur- und Inhaltsanalyse (SSI, nach Früh 1989). Sie erlaubt Vergleiche verschiedener Textarten, weil Inhalte aufgrund von Beziehungen, Objekten, Ausprägungen und Grammatik in eine „formale Metasprache (das Kategoriensystem)“ (ebd.: 62, Herv. entf.) übertragen werden, die dann als Zahlencodes miteinander vergleichbar sind. Hagen nutzt dies insbesondere zur Messung von Aussagemenge (vgl. ebd.), Richtigkeit (vgl. ebd.: 112), Sachlichkeit (vgl. ebd.: 119) und Verständlichkeit (vgl. ebd.: 133).¹¹

Zentrales Qualitätskriterium der Studie ist Relevanz. Meist untersucht die Forschung externe Relevanz (Bedeutsamkeit von Themen), Hagen prüft auch interne Relevanz (Bedeutsamkeit einzelner Fakten). In Anlehnung an van Dijks (1988) Nachrichtenstrukturkonzepte misst er interne Relevanz über die Beantwortung der W-Fragen (vgl. Hagen

10 Bombenexplosion in London, Deregulierung des deutschen Arbeitsmarkts, Klinikau-fenthalt Erich Honeckers, Cannabis-Verbot, Drogen-Gipfeltreffen der USA und Lateinamerika.

11 Für eine Tabelle zu Hagens Operationalisierung siehe Hagen 1995: 136.

1995: 78) oder die Menge der verwendeten Nachrichtenschemata¹² (vgl. ebd.: 98ff.). Quellenvielfalt und -ausgewogenheit misst er anhand der Position zu einem Thema und der Quellenzahl pro Aussage. Aktualität wird über die Zeit zwischen Ereignis und erster Meldung und bei Falschaussagen der Dauer bis zur Korrektur gemessen (vgl. ebd.: 127ff.).

Hagens Kapitel zu Operationalisierung bietet einen breiten, kritischen Überblick geläufiger und seltener Methoden der Indikatormessung. Seine umfassende Ableitung der Qualitätskriterien geht auch auf ihre inhaltlichen Interdependenzen ein (vgl. Voigt 2016: 43). Insgesamt bewertet Hagen die Qualität aller Nachrichtenagenturen als hoch, kritisiert aber, dass unter dem Anspruch größtmöglicher Aktualität die Richtigkeit und Relevanz der Informationen leiden. Hier fordern Agenturen und der Verfasser gleichermaßen mehr Engagement der Journalisten bei der ergänzenden Recherche (vgl. Hagen 1995: 283). Hagens Studie bereitet somit den Boden für Forderungen von Qualitätsprüfung und -sicherung in redaktionellen Arbeitsprozessen.

3.1.6 Voltmer 1998/99: Leistung der Politikberichterstattung

Voltmer (1998/99) verbindet ein kommunikationswissenschaftliches Medienverständnis mit politikwissenschaftlichem Erkenntnisinteresse: „Entsprechen die Leistungen der Massenmedien den Qualitätskriterien eines demokratischen Kommunikationsprozesses?“ (Voltmer 1998/99: 87). Sie vergleicht die Medienrealität inhaltsanalytisch mit der externen Realität der Parteienagenda, die den Bürgern über die Massenmedien zugänglich gemacht wird und die den normativen Kontext der Medienleistung darstellt.

Ihr Materialobjekt ist ein inhaltliches: die medial dargestellten Themen, Akteure und Positionen (im Fokus: Standpunkte zu 15 politischen Grundkonflikten)¹³ während des Bundestagswahlkampfes von 1990. Unter der Annahme, dass Leitmedien durch ihre Reichweite und die

12 Folgen, Umstände, Vorereignisse, Geschichte, Prognosen, Bewertungen, Forderungen.

13 Staatswirtschaft vs. Marktwirtschaft, Supranationalität vs. Souveränität u. a. (vgl. ebd.: 205ff.).

Vorbildfunktion für andere Medien viele Bürger beeinflussen, wählt sie neun Print- und Rundfunkmedien aus.¹⁴

Ihr Ziel ist, Qualitätskriterien zu bestimmen, die für den demokratischen Meinungsbildungsprozess bedeutsam sind und die demokratische Performanz der Medien messbar machen (vgl. ebd.: 14). Sie folgt damit dem systemtheoretischen Zugang McQuails (1992). Die Qualitätskriterien leitet sie aus den Funktionen der Medien für die Demokratie und die Bürger ab: der Informations-, Kontroll-¹⁵ und Orientierungsleistung (vgl. ebd.: 28ff.). Sie berücksichtigt mit Lippmann (1922), dass Medien die Realität nur begrenzt beobachten und darstellen können: Selektion und Deskription sind die kommunikativen Handlungen, deren Qualität die Qualität der Medienleistung bestimmt. Die Informationsleistung der Medien ist mit zwei Kriterien messbar: Selektion ist qualitativ hochwertig, wenn sie vielfältig ist, Deskription ist qualitativ hochwertig, wenn sie objektiv ist (vgl. ebd.: 38).

Voltmer unterscheidet proportionale und gleiche Vielfalt, interne und externe Vielfalt und bezieht das Kriterium als relativen Wert auf die quantitative Präsenz von Akteuren und Meinungen (vgl. ebd.: 39ff.). Sie bestimmt die Themenvielfalt durch die Relation von acht politischen Themen innerhalb einer Zeitungsausgabe (oder Nachrichtensendung); die Akteursvielfalt durch die prozentuale Häufigkeit eines Akteurs als Handlungsträger oder Positionsvertreter innerhalb einer Ausgabe und die Positionsvielfalt durch die Häufigkeit der fünf Politikdimensionen mit binärer Messung des Spektrums (pro/kontra) (vgl. ebd.: 123ff., 99).

Objektivität¹⁶ bezeichnet Voltmer als wichtigstes Qualitätskriterium, welches sie über faktische Richtigkeit, Vollständigkeit und Sachlichkeit

14 Überregionale Zeitungen (FAZ, FR, SZ, TAZ, WELT); Hauptnachrichten von ARD und RTL; da es sich um die erste gesamtdeutsche Wahl handelte zwei ostdeutsche Tageszeitungen (BZ, LVZ) (vgl. ebd.: 88ff.). Voltmer untersucht Nachrichtenqualität, macht dies aber erst bei der Vorstellung des Studiendesigns deutlich – ein Beispiel für das so verbreitete automatische Gleichsetzen von Medienqualität mit Nachrichtenqualität.

15 Die Kontrolleleistung operationalisiert sie über das Kriterium Kritik, welches aber nur qualitativ in Fallstudien geprüft werden kann, weshalb sie es nicht auswertet (vgl. ebd.: 51).

16 Sie geht auf die oben beschriebene Konstruktivismusdebatte ein und versteht Objektivität ähnlich wie Saxer (1974) oder Schulz (1989) als normative, handlungsleitende Methode zur Erkenntnisgewinnung, durch die Medienberichterstattung eine wirklich-

operationalisiert. Sie summiert jedoch keinen absoluten Wert aus der Richtigkeit einzelner Meldungen. Tatsächlich gemessen wurde, ob das Gesamtbild einer Partei in den Medien dem Positionsprofil ihrer Pressemitteilungen entspricht. Geschickt beurteilt sie Objektivität über die Relation der Entsprechung zu anderen Mediendarstellungen anhand einer Ordinalskalierung „im Sinne von größer/kleiner“ (ebd.: 148).

Das Level von Vielfalt und Objektivität der vermittelten Positionen ergibt die Orientierungsleistung der Medien, die einerseits durch journalistische Darstellungsformen formal messbar ist (Trennung von Nachricht und Meinung), und andererseits inhaltlich durch die konstante Anwendung bestimmter Ideologien und Frames (vgl. ebd.: 161ff.). Somit wurde die selten empirisch geprüften „Blattlinien“ in Form politischer Medienprofile untersucht. Konsistente ideologische Strukturierung ist für die politische Meinungsbildung der Bürger durch die Orientierungsleistung der Medien entscheidend:

Neutrale Information, in der unterschiedliche Standpunkte gleichgewichtig nebeneinanderstehen, kann von den Rezipienten nur mit hohem Aufwand verarbeitet werden und bleibt oftmals fragmentiert und bedeutungslos. Dagegen bieten Kommentare und Bewertungen Anhaltspunkte, um aktuelle Informationen in bestehende Wissens- und Wertbestände zu integrieren. (Voltmer 1998/99: 186).

Die Kriterien der Strukturierung stehen aber im Konflikt mit denen der Informationsleistung. Voltmer plädiert deshalb für ein ausgewogenes Verhältnis von Objektivität und ideologischer Strukturierung, das im Qualitätskriterium der „Nicht-Interferenz“ und der journalistischen Praxis der „Trennung von Nachricht und Meinung“ am effektivsten umgesetzt wird (vgl. ebd.).

3.1.7 Pöttker 2000: Historische Journalismustheorie

Pöttker (2000) leitet zehn Qualitätskriterien aus der Journalismustheorie ab, die sich auf das journalistische Produkt, das Publikum und allgemeine Moralvorstellungen beziehen. Obwohl die meisten im Kodex des Deutschen Presserats vorhanden sind, versteht Pöttker sie nur als flexib-

keitsgetreue, aber nicht spiegelbildliche Darstellung der Realität wird (vgl. Voltmer 1998/99: 46).

le Skizze: Abhängig vom zu beurteilenden Gegenstand müssen einzelne Kriterien betont werden, sodass die Operationalisierung erst bei der Sichtung des Materials festgelegt werden kann (vgl. Pöttker 2000: 388). Obwohl er wie Schröter Journalismus als Institution mit gesinnungsethischem Selbstverständnis sieht, lehnt er in Bezug auf Kant die Ableitung von Kriterien aus Berufsnormen deutlich ab, denn wenn sich Qualitätssicherung:¹⁷

[...] nur auf schon Bestehendes und Praktiziertes beruft, wird sie keine Kraft haben können, Maßstäbe hervorzubringen, deren Handhabung zur Kritik, Veränderung und Erneuerung von Bestehendem und Praktiziertem führt (ebd.: 376).

Pöttker nennt Richtigkeit als „Minimalbedingung dafür, daß befremdliche Botschaften akzeptiert und aufgenommen werden können“ (ebd.: 383), die durch die Zwei-Quellen-Norm verwirklicht ist. Vollständigkeit (Relevanz) heißt, das „Wesentliche“ eines Ereignisses darzustellen – die Notwendigkeit von Details variiert jedoch je nach Kontext (vgl. ebd.). Wahrheit ist ebenso wenig greifbar, denn sie ist ein „Prozeß der permanenten Vervollständigung und Berichtigung“ (ebd.: 384). Wird sie durch Quellentransparenz annähernd verwirklicht, steigt die Glaubwürdigkeit der Information.

Zur Erfüllung der gesellschaftlichen Aufgabe bedarf es Verschiedenartigkeit (Universalität), damit selektiv konsistente Rezipienten auch über andere soziale Gruppen informiert sind (vgl. ebd.: 384f.). Für das Publikum ist die Unabhängigkeit des Journalisten relevant, damit es sich auf interessenfreie Professionalität verlassen kann (vgl. ebd.: 385f.). Mittels Aktualität vereinen die Medien die differenzierte Gesellschaft: „das Publikum [hat] zumindest eines gemeinsam: daß es in der Gegenwart lebt“ (ebd.: 386). Funktional gesehen ist Verständlichkeit durch die journalistische Darstellungsform und die Sprache entscheidend. Letztlich trägt Unterhaltsamkeit dazu bei, das Publikum überhaupt zu erreichen (vgl. ebd.: 386f.).

17 Eine klare Zuordnung zur systemtheoretischen (nach Voigt 2016) oder akteursbezogenen (nach Arnold 2009) Journalismusperspektive ist bei Pöttker nicht möglich. Sicher abgrenzbar ist er zur ökonomischen Perspektive, deren Marktrationalität er als der historisch gewachsenen publizistischen Mentalität entgegengesetzt sieht (vgl. Pöttker 2000: 381).

Pöttker fügt noch zwei moralisch begründete Kriterien hinzu, die in anderen Katalogen fehlen: Sorgfalt beim Abwägen wegen des Konflikts zwischen generellen und professionellen Normen (vgl. ebd.: 390) und Wechselseitigkeit. Letztere begründet er wieder historisch mit der Bedeutung von „Fraternité“ für die Menschenwürde, zu der der Kontakt mit anderen Menschen dazugehört: Die Interaktion von Rezipienten und Journalisten und Feedback-Einfluss des Publikums auf das Produkt sind Qualitätsbedingungen (vgl. ebd.: 389).

3.1.8 Maurer 2005: Rundfunkleistungen im Zeitverlauf

Maurer (2005) vergleicht die Nachrichtensendungen von öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Programmen im Zeitverlauf auf Basis ihrer inhaltlich-thematischen Qualität. Dazu untersucht er 58.749 Nachrichtenbeiträge von ARD, ZDF, RTL und Sat.1 aus jeweils zwei Kalenderwochen der Jahre 1992, 1998 und 2001 inhaltsanalytisch, die er dann mit 583 Artikeln der Titelseiten von FAZ und SZ vergleicht (vgl. Maurer 2005: 141). Das Ziel ist, für jeden Sender charakteristische Qualitätsprofile zu erstellen (statt hierarchischer Qualitätswerte), die untereinander und im Zeitverlauf anhand einzelner Kriterien vergleichbar sind (vgl. ebd.: 81).

Damit schließt er eine Forschungslücke: Qualitätskriterien wurden vorher nie im Zeitverlauf verglichen (vgl. Daschmann 2009: 262), und frühere Inhaltsanalysen untersuchen meist nur die Hauptnachrichten einzelner Sender. Maurer dagegen entwirft Kriterien für TV-Nachrichtensendungen (Thematische Universalität, Aktualität, Erwartbarkeit, Allgemeine Ausrichtung, Dauer), deren Ausprägung den Sendungstyp bestimmen (Standard, Magazin, Regional etc.) (vgl. Maurer 2005: 77).

Qualitätskriterien müssten nach Maurers Verständnis individuelle, gesellschaftliche, politische und kulturelle Werte und Erfordernisse berücksichtigen, also Faktoren außerhalb von Wertsystemen wie ökonomischem Erfolg. Maurer stimmt überein mit Schatz/Schulz 1992, Weiß 1996 und McQuail 1992 und gehört zur normativ-analytischen Qualitätsforschung, die sich auf rechtliche Normen und praktisch relevante Regeln des Rundfunks bezieht (vgl. Maurer 2005: 83f.). Seine

Inhaltsanalyse erfolgt anhand der Qualitätskriterien von Hagen 1995: Quantität, Vielfalt, Relevanz und Professionalität (vgl. ebd.: 87f.).

Maurer misst die Informationsmenge anhand des absoluten und relativen Umfangs eines Beitrags im Verhältnis zum gesamten Programmangebot. Strukturelle Vielfalt wird mit dem Vergleich von universellen Nachrichtensendungen (Magazine, Standard, Kurznachrichten) und spezifischen Formaten (Wetter, Wirtschaft, Sport, Regional) gemessen. Für die Themenvielfalt zählt er sechs Bereiche (Politik, Sachthemen, Unterhaltung, Lebenswelt, Sport, Service).

Für die Akteursvielfalt misst er alle handelnden oder zitierten Personen/Gruppen. Räumliche Vielfalt wird durch alle (erwähnten) Orte einer Nachricht gemessen. Relevanz bestimmt er über einen Vergleich der TV-Nachrichten mit den Titelthemen von FAZ und SZ, da er sie wie Kepplinger als „Attributor der medialen Öffentlichkeit“ (Maurer 2005: 159) versteht. Die journalistische Professionalität wird mit dem Verhältnis politischer Akteure und Meinungen, der Wertungsfreiheit von neutralen Artikeln und dem vollständigen Vorkommen von Folgen, Umständen, Vorereignissen, Forderungen und Prognosen gemessen (vgl. Maurer 2005: 154ff.).

Ergebnis der Studie ist eine Hierarchisierung der Kriterien (statt eines einzelnen Qualitätswerts) hinsichtlich ihrer Bedeutung für die gesellschaftliche Nachrichtenfunktion: Demnach ist Themenvielfalt das wichtigste Kriterium, um hohe Nachrichtenqualität zu erreichen. Die Politikberichterstattung ist das wichtigste Thema (vgl. ebd.: 252). Andere Kriterien sind notwendige, aber nicht hinreichende Rahmenbedingungen; insbesondere die journalistische Professionalität formt als Berufsnorm den strukturellen Rahmen für inhaltliche Qualität, unterscheidet sich aber zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern zu wenig, um als eigenes Qualitätskriterium zu gelten (vgl. ebd.: 259).

3.2 Vertreter der akteursbezogen-handlungstheoretischen Perspektive

Studien der akteursbezogenen Perspektive fokussieren die Handlungen und Prozesse des journalistischen Arbeitens. Dennoch haben sie ihre Berechtigung in dieser Arbeit, denn nicht zuletzt bedingen die Arbeitsroutinen der Redaktionen das Outcome, die Nachrichten.

Es folgen zwei oft zitierte Studien: Wyss (2002) untersucht redaktionelle Qualitätssicherungsmaßnahmen anhand von Interviews mit Schweizer Redakteuren, Schröter (1995) entwickelt Qualitätskriterien aus der Praxisliteratur und prüft ihre Umsetzung in der Wirtschaftsberichterstattung. Bei der Studie von Hermes (2006) handelt es sich um die erste Vollerhebung über Instrumente des Qualitätsmanagements in Nachrichtenredaktionen aller vier Mediengattungen.

Ein weiteres häufig zitiertes Werk stammt von Wallisch (1995). Der Österreicher bezieht literaturwissenschaftliche und philosophische Kritikverfahren auf redaktionelle Routinen (wie Hermes 2006; Handstein 2010). Seltenheitswert hat seine Analyse renommierter Journalismuspreise als Qualitätsbewertung durch die Medienpraktiker. Die ausgezeichneten Medieninhalte dürften nicht als Patentrezepte missverstanden werden (vgl. Wallisch 1995: 181f.). Wallisch bietet jedoch kaum neue Kriterien und ist zu weit entfernt von der Nachrichtenforschung, um hier vertieft zu werden.

3.2.1 Schröter 1995: Normen in der Wirtschaftsberichterstattung

Schröter (1995) folgt dem Journalismusverständnis der „Münchener Zeitungswissenschaft“, nach dem Journalismus ein Forum für die Diskussion gesellschaftlicher Interessen bieten soll und die soziale Funktion hat, für die Bürger Kritik an öffentlichen Institutionen zu üben. Die Kontrollfunktion bestimmt journalistisches Handeln und leitet die Qualitätsbeurteilung (vgl. Schröter 1995: 214).

Schröter untersucht journalistische Lehrbücher und hebt vier Handlungsregeln hervor: die W-Fragen, Quellenangaben, Hintergründe und Kontext, Trennung von Nachricht und Meinung (vgl. ebd.: 44ff.). Sachrichtigkeit, Präzision und Seriosität sind in der Wirtschaftsberichterstattung entscheidend. Die in dem Ressort üblichen formalen Vermittlungsstrategien ergeben Unternehmensprofile (vgl. ebd.: 71ff.), die er per Inhaltsanalyse an zehn Printprodukten¹⁸ und ihrer Berichterstattung

18 Überregionale Tageszeitungen (SZ, FAZ, FR, Welt); Wirtschaftszeitung (Handelsblatt), Wirtschaftsmagazine (Capital, Manager Magazin, Industriemagazin, Wirtschaftswoche), politisches Magazin (Spiegel).

über 16 Firmen der Elektro-, Auto- und Chemiebranche im ersten Halbjahr 1984 untersucht (vgl. ebd.: 83).

Die Sachrichtigkeit des Medienimages der Firmen prüft er mittels der Befragung von 180 Firmenangehörigen, die er mit den Bewertungsprofilen aus den Medien vergleicht. Diese Methodenkombination verbessert die Ergebnisse, da im Gegensatz zu Input-Output-Analysen der dynamische Kommunikationsprozess erfasst wird (vgl. ebd.: 81ff.).

Mit Bezug zur Praktikerliteratur entwickelt Schröter Qualitätskriterien, die er im Vergleich zu anderen Forschern etwas unsauber nach formalen und inhaltlichen Kriterien trennt und auf Beitrags- und Partnerebene (Verhältnis von Firmen und Medien) operationalisiert.¹⁹ Voigt sieht hier entgegen Schröters Aussagen keinen Unterschied zu demokratietheoretischen Kriterienkatalogen, da etwa Themen- und Partnerkosmos identisch mit den üblichen Kriterien Vielfalt und Ausgewogenheit seien (vgl. Voigt 2016: 35f.). Zusammen mit dem Kriterium Meinungsvielfalt handelt es sich eher um drei Ausprägungen der Vielfaltskategorie als um distinkte Einzelkriterien.

Die Studie identifiziert zwei übliche redaktionelle Vermittlungsstrategien: „Nachrichtliche Verlautbarungen“ enthalten präzise Angaben zu Ereigniskontexten, „Kommentierte Zusammenhangs-Darstellungen“ werden stark von Bewertungen der Journalisten geprägt. Damit seien die Anforderungen der Kritik- und Kontrollfunktion von der Wirtschaftsberichterstattung nicht ausreichend erfüllt (vgl. Schröter 1995: 216). Neuartig ist sein Plädoyer für Qualitätsmaßstäbe in der redaktionellen Ausbildung, bei denen vermehrt auf handwerkliche Vermittlungskompetenz statt die üblicherweise bevorzugte Sachkompetenz gesetzt werden solle (vgl. ebd.: 224).

3.2.2 Wyss 2002: Qualitätssicherung durch TQM

Die Dissertation von Wyss (2002) ist die umfangreichste empirische Untersuchung des redaktionellen Qualitätsmanagements. Er untersucht, ob Schweizer Redaktionen qualitätssichernde Verfahren und

¹⁹ Transparenz des Vermittlungskontexts, Kommunikationskontext, Vermittlungsstrategie und Partnern, Inhaltliche Adäquanz, Themenkosmos, Partnerkosmos, Meinungsvielfalt.

Regeln festgeschrieben haben und nutzen. Er prüft auch, inwiefern sich ein Qualitätssicherungssystem wie TQM implementieren ließe (vgl. Wyss 2002: 233f.).

TQM (Total Quality Management) ist das Ergebnis eines wirtschaftlichen Philosophiewandels: der Entwicklung von der produktbezogenen Qualitätskontrolle zur firmenumfassenden Qualitätskultur. Kernidee ist das Prinzip der Ganzheitlichkeit und der „ständigen Verbesserung (Kaizen)“ (Wyss 2002: 30). TQM bezieht sich auf Produkte, Prozesse, Kunden und interne /externe Organisationsstrukturen. Oberste Zielgröße ist Qualität, Referenzgröße ist die Kundenzufriedenheit (vgl. ebd.: 67f.). Unternehmen im qualitätsorientierten Führungsstil des TQM haben in Japan seit den 1950er Jahren Tradition, in den USA seit den 1980er Jahren, in Europa bis heute nicht (vgl. ebd.: 78).

Wyss nutzt ein multiperspektivisches Qualitätsverständnis, das er aus der klassischen normativ-pragmatischen Literatur zusammenfügt (McQuail 1992, Ruß-Mohl 1992, Schatz/Schulz 1992, Hagen 1995). Dabei ist sein Zugang ganzheitlich und berücksichtigt alle Dimensionen und Akteure, die auch der Struktur dieser Arbeit zugrunde liegen (s. Abbildung 2).²⁰ Wyss' prozessorientierter Ansatz nutzt als Metatheorie die Strukturierungstheorie, in der Struktur und Handeln nicht als Dualismus gesehen werden, sondern sich gegenseitig bedingen (vgl. Wyss 2002: 53f.).

Die qualitätssichernden Verfahren umfassen Arbeitsbedingungen und das redaktionelle Selbstverständnis.²¹ Bei der Publikumsorientierung von Qualität ist problematisch, dass der Kunde im Journalismus ein nicht eindeutiges Konstrukt ist, das erst durch Strukturierung (also Organisation) gebildet wird. Redaktionen müssen sich gleichzeitig an

20 13 Qualitätskriterien: Richtigkeit, Vielfalt, Unabhängigkeit, Objektivität, Fairness, Akzeptanz, Originalität, Transparenz, Authentizität, Relevanz, Aktualität, Verständlichkeit, Exklusivität.

4 Qualitätsdimensionen: Anspruchsträger (wie „Akteur“), Bezugssystem (wie „Perspektive“), Ebene (wie „Objekt der Qualitätsbeurteilung“), Normen (Ethik-Kodex, Selbstbild).

21 Kooperation von Redaktion und Geschäftsführung (wie „K: Journalisten und Medienvertreter), Normenkonflikte, Chefredakteur als Qualitätsmanager, interne Leitbilder, Ethik-Kodices, Leistungslohnsysteme, Transparenz der Qualitätsziele (vgl. Wyss 2002: 162).

Werbekunden und das Publikum richten und riskieren Zielkonflikte (vgl. ebd.: 177).²² Im Unterschied zu anderen Systemen beachtet TQM auch die Mitarbeiterperspektive, weil sie als interne Akteure das Qualitätssystem steuern.²³

Die Faktoren der prozessorientierten Qualitätsbeurteilung entstehen, weil Struktur das (qualitätsschaffende) Handeln prägt und Handeln die umgebenden Strukturen prägt.²⁴ Die Infrastrukturen des Mediensystems enthalten externe Akteure, die versuchen, die Qualitätsstrukturen der Redaktionen in ihrem Sinne zu beeinflussen (vgl. ebd.: 232).²⁵ Diese Faktoren prüft Wyss in drei Teilstudien von 1997 bis 1999, bei denen er Schweizer Journalisten aus Print, Fernsehen und Rundfunk interviewte.

Teilstudie A bestand aus 45 qualitativen Experteninterviews mit Chefredakteuren und behandelte die berufspraktische Bedeutsamkeit der klassischen wissenschaftlichen Kriterien (vgl. ebd.: 235). Teilstudie B war eine repräsentative schriftliche Befragung von 2020 Journalisten zu Arbeitsbedingungen und redaktionellem Selbstverständnis. Für Teilstudie C wurden 41 Chefredakteure in problemzentrierten Leitfadenterviews zu ihrem Rollenselbstbild und redaktionellen Prozessen befragt (vgl. ebd.: 242ff).

Auch wenn der Stand der Anwendung von TQM-Prinzipien „ernüchternd“ schwach ausfiel (vgl. ebd.: 396), ist die Studie durch die aufwändigen qualitativen Interviews mit Journalisten unterschiedlicher Medientypen und hierarchischer Positionen und vor allem das integrative Qualitätsverständnis wertvoll. Journalistenbefragungen zu ihrem Verständnis und ihrer Umsetzung von Qualitätsprinzipien waren 2002 selten (vgl. ebd.: 236) und sind es noch heute.

Ein erwähnenswertes Gegenbeispiel ist die umfangreiche Studie von Handstein (2010), in der Lokalzeitungsredakteure zu ihren Qualitätssi-

22 Publikum als Zielgruppe definiert, Publikumsforschung als Instrument der Qualitätssicherung anerkannt, Zugang zu Daten der Publikumsforschung (vgl. ebd.: 177f.).

23 Mitbestimmung bei Personalentscheidungen, regelmäßige Zielvereinbarungsgespräche, Arbeitsbedingungen, redaktionelle Leitlinien, Weiterbildung (vgl. ebd.: 189).

24 Recherche als Instrument der Qualitätssicherung, formalisierte Produktionsabläufe, Redaktionskonferenzen, Blatt-/Sendungskritik, kollegiales Gegenlesen (vgl. ebd.: 209f.).

25 Ausbildungsanbieter, Medienjournalismus, Presserat, Forschung, Medienpolitik/-recht.

cherungspraktiken befragt wurden. Handstein rezensiert die Klassiker, beschreibt Journalismus aus systemtheoretischer Perspektive und misst anhand der Kriterien Relevanz, Aktualität und Vielfalt die Qualität redaktioneller „Programme“ (Arbeitsroutinen) wie Recherche, Selektion, Prüfung und Ordnung. Die Studie wird für einen aktuellen Forschungsüberblick und zur praktischen Qualitätssicherung empfohlen.

3.2.3 Hermes 2006: Anregungen für die Praxis

Hermes (2006) stellt vier Ebenen auf, in denen Qualität entsteht: Mediakteure, Medienaussagen, Medieninstitutionen und Mediensystem.²⁶ Sie fokussiert dann die Institutionenebene und sammelt „Werkzeuge des Qualitätsmanagements“ für die Bereiche Personal, Marketing, handwerkliche Routinen und interne Kritikkultur. Die Umsetzung und den Stellenwert dieser Werkzeuge untersucht sie im empirischen Teil in einer schriftlichen Befragung an 549 tagesaktuellen Nachrichtenredaktionen aus allen vier Mediengattungen. Ihre Untersuchung ist bedeutsam, da es sich um die erste Vollerhebung der Nachrichtenqualitätsforschung handelt (vgl. Hermes 2006: 218ff.).

Das Ergebnis ist ein Kriterienkatalog mit „Anregungen für die Praxis“, in dem sie sieben Faktoren redaktioneller Qualität benennt (Prozesshaftigkeit, Kundenorientierung, Mitarbeiterorientierung, Kontrollmöglichkeit, Ganzheitlichkeit, Gesellschaftsorientierung). Dabei bezieht sie sich, wie Wyss, auf das aus der Wirtschaft bekannte Konzept des TQM (Total Quality Management). Sie nutzt außerdem den von Ruß-Mohl entwickelten „I-Faktor“ (Infrastrukturfaktor), der Qualität extern aus dem Mediensystem heraus formt, legt ihren Fokus aber auf internes Qualitätsmanagement, das sie für wesentlich wirksamer hält (vgl. ebd.: 337f., auch 162). Die Wirksamkeit redaktionsinterner Maßnahmen (z. B.

26 Die Unterteilung ist streitbar: Bei Hermes gehört Qualitätsmanagement in Redaktionen zu Institutionen, aber Aus- und Weiterbildung oder Journalistenpreise zum Mediensystem. Gerade Bildungsprogramme oder Schulen wie die DJS sind von journalistischen Institutionen gestaltet und unabhängig von Staat und Regierung, die das Mediensystem formen. Wenn Hermes unter „Institutionen“ unabhängige Redaktionen versteht, deren Ausprägungen aber unter dem Mediensystem einordnet, ist die Kategorie „Institutionen“ insgesamt fragwürdig. Um die Qualitätsproduktion alltagsnah erforschen zu können, eignet sich eine Gliederung nach den realen Machtverhältnissen (Staat vs. Journalistische Institutionen) besser.

Gegenrecherche, Redaktionskonferenzen, Volontärsbetreuung) im Vergleich zu externen Maßnahmen (FSK, Berufsverbände) bestätigt sich durch die Befragung (vgl. ebd.: 340).

Die Studie zeigt außerdem, dass TQM unabhängig vom Medium erst in etwa 5% der Redaktionen umgesetzt wird, und Qualität „bestenfalls sporadisch Thema in Redaktionskonferenzen ist“ (ebd.: 240f.). Das ist nicht pessimistisch zu werten, sondern als Hinweis auf Potential zu verstehen, da viele Redaktionen Qualitätsstrategien durchaus anwenden, aber kein System dahintersteht (vgl. ebd.: 318f.). Unsystematisches Qualitätsmanagement führt zum langsamen Abbau der einzelnen Instrumente (vgl. ebd.: 163).

Da die Studie als Vollerhebung gilt, privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk ebenso wie Print- und Onlinejournalismus umfasst und einen „Ratgeberkatalog“ für die Praxis hervorbringt, ist sie ein bedeutender Beitrag für die Nachrichtenqualitätsforschung. Wenn postuliert wird, dass die Qualität in TQM-Redaktionen höher sein muss als in Redaktionen ohne besondere Kontrollsysteme, müsste sich das nicht in den Rezipientenurteilen widerspiegeln? Vergleichende Forschung hierzu fehlt noch.

3.3 Vertreter der ökonomisch-publikumsorientierten Perspektive

Oft wird Qualität in zwei Formen verstanden: objektiver und subjektiver Qualität. Während die system- und praxisorientierte Forschung Qualität vorab definiert und dann an Inhalten oder Prozessen prüft, lässt die Forschung aus Rezipientensicht die Qualitätsdefinition zunächst offen und ermittelt den Maßstab erst durch Rezipientenurteile (vgl. Neuberger 2011: 75). Unterschwellig wird die scheinbar objektive Qualitätsbestimmung anhand wissenschaftlicher Kriterien als den subjektiven Rezipientenurteilen überlegen angesehen. Dies sei der „blinde Fleck“ der Forschung, da die Wissenschaft als Beobachtungsinstanz zweiter Ordnung ihre objektiven Qualitätskriterien selbst intersubjektiv generiert (vgl. Serong 2015: 169f.).

Die frühesten Forschungen zu Rezipientenerwartungen stammen aus Japan und beziehen sich auf das öffentlich-rechtliche Fernsehen, das den Anforderungen einer pluralistischen Gesellschaft gerecht werden sollte. Rezipientenurteile wurden hier kumuliert über die Quote

gemessen und mit Expertenurteilen (Psychologen, Soziologen, interessanterweise keine Medienwissenschaftler oder Journalisten) ergänzt (Ishikawa in NHK 1991: 16, zit. nach Biernatzki/Crowley 1995: 6). In Europa beschäftigte sich die Forschung durchaus früh mit Publikumsurteilen (s. Kapitel 2.2.), brauchte aber lange, um Rezipienten tatsächlich zu ihren Erwartungen und Urteilskriterien zu befragen, weil man ihnen dies nicht zutraute: „In diesem Zusammenhang wurden allerdings auch immer wieder Zweifel an der Urteilsfähigkeit des Publikums laut, deren Wurzeln bis in die 1960er-Jahre zu Adorno (1963) und der Frage ‚Kann das Publikum wollen?‘ reichen“, schreibt Mehlis (2014: 257). Die einzige Monografie der Nachrichtenqualitätsforschung, die Adornos skeptische Frage umfassend beantwortet, stammt von Voigt (2016, geb. Urban). Als Schülerin von Schweiger publiziert sie in ihrer Dissertation die Ergebnisse des DFG-Projekts „Nachrichtenqualität aus Rezipientensicht“ (vgl. Uni Hohenheim 2016: online).

Arnold (2009) entwickelt ein integratives Qualitätskonzept und identifiziert Typen von Zeitungslasern. Zubayr/Geese (2009) führen die Längsschnittuntersuchung der ARD/ZDF-Studie zur Rezipientenbewertung von TV-Nachrichten fort. Neuberger (2011, 2012, 2014) forscht intensiv zu Publikumsbewertung von Online-Journalismus (2012, 2014a, 2014b) und entwickelte einen Kriterienkatalog für Online-Inhalte (2011). Wolling (2002) untersucht das Verhältnis von Nachrichtenqualität und -nutzung, verwendet dafür aber Daten und Skalen der ARD/ZDF-Studie, weshalb er hier nicht einzeln behandelt wird.

3.3.1 Arnold 2009: Zeitungslasern und Qualitätstypen

Arnold (2009) stellt einen „Meilenstein“ (Wyss 2011: online) der Qualitätsforschung dar. Umfassend stellt die Habilitation historische Hintergründe des Qualitätsdiskurses und die Klassiker der Forschung vor, woraus Arnold „fein säuberlich“ (ebd.) Begründungsraster für Qualitätskriterien ableitet. Damit eignet er sich ähnlich wie Handstein (2010) auch als Nachschlagewerk für die Qualitätsforschung. Arnolds Hauptleistung besteht darin, die drei Journalismus- und Qualitätsperspektiven

zu einem „integrativen Qualitätskonzept“ zusammenzuführen, das die Wirkungszusammenhänge der jeweiligen Kriterien beachtet.²⁷

Arnold zeigt als Erster, dass die konkurrierenden Ziele der Begründungsperspektiven vereinbar sind. Daher passt er eigentlich in keine der theoretischen Perspektiven, sondern erstellt eine Meta-Perspektive.

Ausgehend vom Problem der schwindenden Zeitungsnutzung gestaltete er eine zweiteilige empirische Studie: 40 Rezipienten wurden in Leitfadenterviews qualitativ befragt, 1168 Personen repräsentativ per Telefon zu ihren Qualitätserwartungen an Zeitungen interviewt. Erstaunlicherweise gaben die Rezipienten normativ bedeutende Kriterien wie Meinungsvielfalt und Unparteilichkeit als kaum wichtig an, forderten aber mehr Objektivität und Neutralität. Unterhaltsamkeit, die oft als bedeutendes und möglicherweise qualitätsgefährdendes Publikums-kriterium vermutet wird, war den Rezipienten bei Arnold am unwichtigsten (vgl. Arnold 2009: 470f.).

Mittels einer statistischen Faktorenanalyse (multiple Regressionsanalyse) identifiziert Arnold schließlich sechs „Typen“ von Rezipienten: Weltoffene, „Glokale“, Lokal- und Unterhaltungsinteressierte, Beliebige, Gewohnheitsleser und Desinteressierte (vgl. ebd.: 442ff.). Ihnen attestiert Arnold unterschiedliche Level von Medienkompetenz. Bei der jüngeren Generation erzeugen sie ein geringeres Qualitätsbewusstsein und weniger Wertschätzung für den Zeitungsjournalismus insgesamt (vgl. ebd.: 482f.).

3.3.2 Zubayr/Geese 2009: Qualität von Fernsehnachrichten

Eine verlässliche und valide Quelle für die Nachrichtenbewertung aus Rezipientensicht ist die Längsschnittstudie „Informationsqualität von Nachrichten aus Zuschauersicht“. Sie basiert auf einer Skala der ARD/ZDF-Trendforschung (dazu mehr in Kapitel 4.2.) und wurde 1996/97 erstmals und seitdem noch fünfmal (2001, 2005, 2009, 2011,

27 Arnolds Kriterienkatalog: Vielfalt, Aktualität, Relevanz, Glaubwürdigkeit, Unabhängigkeit, Recherche, Kritik, Hintergrundberichterstattung, Zugänglichkeit, regionaler/lokaler Bezug; als normativ-demokratietheoretische Kriterien Ausgewogenheit, Neutralität/Trennung von Nachricht und Meinung, Achtung der Persönlichkeit; als rezipientenbezogene Kriterien Anwendbarkeit und Unterhaltsamkeit (vgl. Arnold 2009: 232ff.).

2013) angewendet. Die Forscher nutzen die kontinuierlichen telemetrischen Daten von AGF und GfK und einer repräsentativen ARD-Trend-Befragung (vgl. Zubayr/Geese 2009: 158).

In einem ersten Schritt wird in einer Vollerhebung die quantitative Nutzung von Nachrichtensendungen (öffentlich-rechtlich und privat) ermittelt. In einem zweiten Schritt erfasst die Studie das Urteil der Rezipienten in einer persönlichen Befragung qualitativ differenziert (2008: 3067 Probanden; vgl. Zubayr/Geese 2009: 163).

Zunächst wurde gefragt, welcher Sender insgesamt die „besten Nachrichten“, also die höchste Nachrichtenkompetenz besitzt (Das Erste 57%). Um die Qualitätsurteile differenzierter darstellen zu können, wurden im zweiten Schritt ausschließlich Rezipienten zu Nachrichtensendungen²⁸ befragt, die sie regelmäßig konsumieren – qualitätsverzerrende Effekte wie der Einfluss des Sendungs-Images können so weitgehend ausgeschlossen werden (vgl. Zubayr/Geese 2009: 165). Regelmäßigen Nutzern einer Sendung ist zuzutrauen, dass sie für dieses Programm Medienkompetenz erworben haben und ihre subjektive Qualitätsbewertung reflektiert begründen können.

Mittels der sechsstufigen Likert-Skala wurden zehn Kriterien abgefragt: Objektivität („trennt klar zwischen Nachricht und Meinung“), Wahrheit („gibt Dinge so wieder, wie sie wirklich sind“), Professionalität („hat sachkundige Reporter“), Glaubwürdigkeit („würde ich am ehesten glauben“), Zuverlässigkeit („ist eine Nachrichtensendung, auf die man sich verlassen kann“) – hier zeigt sich, dass Rezipienten die in Kapitel 2.4 beschriebene Entlastungsfunktion der Medien durch Erwartungssicherung schätzen und fordern – Kritikfähigkeit („ist kritisch und hinterfragt die Dinge“), Meinungsbildung („ist eine gute Orientierung für die eigene Meinung“), Relevanz/Vielfalt („gibt einen vollständigen Überblick über alle wichtigsten Tagesereignisse“), Verständlichkeit („berichtet klar und verständlich“) (vgl. Zubayr/Geese 2009: 166-170). Unüblich in der Nachrichtenqualitätsforschung ist das Kriterium Aufmachung („wirkt locker und frisch/steif und trocken“), denn Geschmack und optisches „Gefallen“ lassen sich unmöglich objektiv darstellen. Rezipienten beurteilen die Qualität der Aufmachung zwar, lassen eine negati-

28 Tagesschau, heute, RTL aktuell, sat.1 Nachrichten, ProSieben Newstime.

ve Bewertung aber nicht ihre Rezeptionsgewohnheiten beeinflussen (ebd.: 169).

3.3.3 Voigt 2016: Entstehung von Qualitätsurteilen

Voigt untersucht die Urteilsfähigkeit von Rezipienten und die Faktoren, die ihre Qualitätswahrnehmungen beeinflussen. Sie versteht Qualitätsurteile als Ergebnis kognitiver Rezeptionsprozesse und stützt sich deshalb auf das Heuristisch-Systematische Modell der Informationsverarbeitung (HSM) (vgl. Voigt 2016: 146). Ausgehend von Ergebnissen der kognitionspsychologischen Rezeptionsforschung folgert sie, dass Urteile idealerweise nach rationaler Abwägung aller Qualitätskriterien und unter hoher Motivation entstehen. Da Rezipienten in der Realität eher wenig Zeit in die bewusste Qualitätsbewertung investieren, ist davon auszugehen, dass sie Ersatzmodelle nutzen, Heuristiken, durch die sie bei der Urteilsfindung Zeit und Energie sparen (vgl. Voigt 2016: 119f.).

Voigt entwickelt ein nützliches Analysemodell, das den Prozess der systematischen und heuristischen Qualitätswahrnehmung mit allen Einflussfaktoren darstellt (vgl. ebd.: 147). Es dient als Leitbild der empirischen Untersuchung. Im Rahmen des DFG-Forschungsprojekts mit Schweiger haben 3167 repräsentativ ausgewählte Teilnehmer Zeitungsnachrichten rezipiert, die jeweils auf einer der fünf Qualitätsdimensionen (Vielfalt, Relevanz, Verständlichkeit, Sachgerechtigkeit, Unparteilichkeit) besonders gut oder besonders schlecht abschnitten. Damit wurde die normative Qualitätswahrnehmung der Rezipienten hinsichtlich einzelner Kriterien geprüft.

Die Nachrichten entstammen der Bild-Zeitung und der Süddeutschen Zeitung, sodass persönliche und öffentliche Image-Effekte geprüft werden konnten. Zusätzlich sollte die Hälfte der Teilnehmer die Nachrichten während der Rezeption bewerten, die anderen erst danach. So wurden Einflüsse der Rezeptionssituation und des Wahrnehmungzeitpunktes isoliert (vgl. Schweiger/Urban 2013: 2).

Die Nachrichtenbeiträge wurden zuvor inhaltsanalytisch untersucht (Variablenwerte zwischen 0 und 1, Errechnung des Mittelwerts als Gesamtqualitätswert) (vgl. Voigt 2016: 173f.) und die Kriterien unter anderem an das Qualitätsverständnis von Hagen (1995) angelehnt, da auch Voigt und Schweiger die funktional-normativen Demokratiefunktionen

von Nachrichtenqualität betonen (vgl. Voigt 2016: 166).²⁹ In einer zweiten Befragungswelle wurden mögliche Einflussfaktoren der Qualitätsbewertung abgefragt, nämlich Rezipienteneigenschaften wie (Medienkompetenz, Nutzungsgewohnheiten, Soziodemografie, Themeninteresse) (vgl. ebd.: 152ff.).

Die Dissertation ist auf viele Arten ein wichtiger Beitrag für die Kommunikationswissenschaft. Sie verbindet Ansätze der Journalismus- und Rezeptionsforschung und gewinnt so Erkenntnisse für die Medienpraxis und die Medienpädagogik (vgl. Voigt 2016: 19).

Die Ergebnisse (s. Kapitel 5) zeigen: Rezipienten können Nachrichtenqualität bis zu einem gewissen Grad beurteilen. Dabei ist das Medienimage der entscheidendste Faktor für die Gesamtbewertung einer Nachricht; sogar dann, wenn die Rezipienten das Medium gar nicht gewohnheitsmäßig nutzen, also keine Markenbindung vorliegt (vgl. Voigt 2016: 213). Demnach wiegt das öffentliche Image bei der Qualitätsbewertung schwerer als das aus persönlichen Erfahrungen resultierende Urteil.³⁰

Die zweite Erkenntnis ist, dass Rezipienten die Nachrichtenqualität höher bewerten, wenn sie das Thema des Artikels persönlich interessiert oder sie es als gesellschaftlich relevant einstufen (vgl. Voigt 2016: 256). Diese Erkenntnis stimmt mit Jungnickel (2011) überein.

Drittens wurde festgestellt, dass Rezipienten grundsätzlich und selbst bei persönlichem Interesse am Thema kaum Motivation für Qualitätsbewertungen zeigen (vgl. Voigt 2016: 249). Der Einbezug der Rezipienteneigenschaften ergab wie schon in den Vorstudien keinen Zusammenhang zwischen Bewertungskompetenz und Bildung, Geschlecht, Nutzungsgewohnheiten oder Alter (vgl. Schweiger/Urban 2014: 32; Voigt 2016: 234). Von einer „Qualitäts-Sozialisierung“ oder Kompetenzerwerb durch Nutzung hochwertiger Medien kann also keine Rede sein.

29 Vielfalt: Anzahl der Quellen und Meinungen, Relevanz: Vollständigkeit der W-Fragen und Nachrichtenschemata, Unparteilichkeit: Wertungen und Forderungen des Autors, Sachgerechtigkeit: faktische Korrektheit und Quellentransparenz, Verständlichkeit: Sprachstruktur und formale Präsentation (vgl. Voigt 2016: 170ff.).

30 Das heißt auch, dass positive Qualitätsbewertungen nicht automatisch zu Mediennutzung und -präferenz führen. Dann stellt sich die Frage, ob kostspielige Qualitätssteigerungen wirklich zur angestrebten Steigerung der Nutzerzahlen führen werden.

Deshalb fordert Voigt, dass das Thema Medienqualität stärker in die Medienpädagogik integriert werden sollte, damit junge Rezipienten Medienkompetenz gewinnen, Qualitätsverständnisse entwickeln und reflektiert anwenden können (vgl. Voigt 2016: 244f.).

3.4 Überblick der Qualitätskriterien

Die bisher behandelten Kriterienkataloge werden in einem tabellarischen Überblick dargestellt (s. Tabelle 1). Vowe/Wolling (2004) und Neuberger (2011) wurden hinzugefügt, da sie die einzigen Kriterienkataloge für Radionachrichten und Online-Inhalte veröffentlicht haben. Mehlis (2014) beschäftigt sich aus Rezipientensicht mit Online-Inhalten.

Da die Kataloge chronologisch geordnet sind, ist gut erkennbar, wie sich der systemtheoretische Zugang seit etwa 10 Jahren zu einem rezipientenorientierten Forschungsinteresse wandelt. Deutlich wird auch, dass Zeitungen das bevorzugt erforschte Medium sind: 8 der 20 Kataloge untersuchen die Qualität von Printprodukten oder nutzen sie zum Vergleich mit Rundfunkqualität. Journalistische Handlungen und Arbeitsprozesse haben als Qualitätsdimension besonders in den 2000er Jahren zugenommen. Danach wird Qualität wieder vermehrt auf die Inhaltsebene bezogen, da die Rezipientenurteile über die täglichen Nachrichten interessieren.

Im Zuge der neuen Welle der Journalismuskritik ist es notwendig, dass die Forschung beide Ansätze verbindet: Neben der Ermittlung von Qualitätskriterien der Rezipienten muss erforscht werden, wie die Erwartungen des Publikums durch effektives Qualitätsmanagement auf der Prozessebene der Redaktionen erreicht werden können.

Name, Jahr	Kriterien	Perspektive	Dimension	Medium
Stieler 1695	Wahrheit, Relevanz, Vielfalt, Verständlichkeit, Neutralität, Aktualität, Medienkompetenz	gesellschaftlich rezipienten- orientiert	Inhalte	Zeitung
Westerstahl 1987	Objektivität = Tatsächlichkeit, Unparteilichkeit, Wahrheit und Relevanz	demokratie- theoretisch	Inhalte	Journalismus
McQuail 1992	Freiheit, Gleichheit, Ordnung	demokratie- theoretisch	Inhalte	Journalismus
Schatz/ Schulz 1992	Vielfalt, Professionalität, Relevanz, Akzeptanz, Rechtmäßigkeit	demokratie- theoretisch, rechtlich	Inhalte	ÖR-TV
Ruß-Mohl 1992, 1994	Objektivität, Komplexitätsreduktion, Aktualität, Originalität, Transparenz/ Reflexivität	system- theoretisch- journalistisch	Prozesse, Strukturen	Zeitung
Rager 1994	Aktualität, Relevanz, Richtigkeit, Vermittlung	demokratie- theoretisch- journalistisch	Prozesse, Inhalte	Zeitung
Hagen 1995	Wahrheit, Menge, Vielfalt, Relevanz, Sachlichkeit, Verständlichkeit, Richtigkeit, Transparenz	demokratie- theoretisch- gesellschaftlich	Inhalte	Nachrichten- agenturen

Name, Jahr	Kriterien	Perspektive	Dimension	Medium
Schröter 1995	Transparenz des Vermittlungskontexts, Kommunikations- kontext, Vermittlungs- strategietransparenz, Partnertransparenz, Inhaltliche Adäquanz, Themenkosmos, Partnerkosmos, Meinungsvielfalt	journalistisch- handlungs- orientiert	Inhalte	Zeitung, Wirtschaftsbe- richterstattung
Voltmer 1998/99	Vielfalt = Themen, Akteure, Positionen Objektivität = Themen, Akteure	demokratie- theoretisch	Inhalte	Zeitung, TV, Parteimittei- lungen
Pöttker 2000	Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Wahrheit, Verschiedenartigkeit, Unabhängigkeit, Verständlichkeit, Unterhaltsamkeit, Sorgfalt, Wechselseitigkeit	normative Journalimus- theorie	Inhalte, Prozesse, Handlungen	Journalismus

Name, Jahr	Kriterien	Perspektive	Dimension	Medium
Wyss 2002	Richtigkeit, Vielfalt, Unabhängigkeit, Objektivität, Fairness, Akzeptanz, Originalität, Transparenz, Authentizität, Relevanz, Aktualität, Verständlichkeit, Exklusivität	journalistisch	Prozesse, Strukturen, Inhalte	TV, Radio, Zeitung
Maurer 2005	Universalität, Aktualität, Erwartbarkeit, Dauer, Allgemeine Ausrichtung, Quantität, Vielfalt, Relevanz, Professionalität	demokratie- theoretisch	Inhalte	ÖR/PR-TV
Hermes 2006	Prozesshaftigkeit, Kundenorientierung, Mitarbeiterorientierung, Kontrollmöglichkeit, Ganzheitlichkeit, Gesellschafts- orientierung	journalistisch- handlungs- orientiert	Prozesse, Handlungen	TV, Radio, Print, Online
Daschmann 2009	Vielfalt, Relevanz, Professionalität, Publikumsakzeptanz, Rechtmäßigkeit	normativ- rechtlich	Inhalte, Handlungen	TV- Nachrichten

Name, Jahr	Kriterien	Perspektive	Dimension	Medium
Arnold 2009	Vielfalt, Aktualität, Kritik, Relevanz, Glaubwürdigkeit, Unabhängigkeit, Recherche, Hintergrund- berichterstattung, Zugänglichkeit, regionaler/lokaler Bezug; Ausgewogenheit, Neutralität/Trennung von Nachricht und Meinung, Achtung der Persönlichkeit; Anwendbarkeit, Unterhaltsamkeit	integrativ	Inhalte	Zeitung

Name, Jahr	Kriterien	Perspektive	Dimension	Medium
Neuberger 2011	Reputation, Objektivität, Unabhängigkeit, Aktualität, Vielfalt, Relevanz, Verständlichkeit, Unterhaltung, Multimedialität, Design, Partizipation, Interaktivität, Vernetzung, Navigation, technische Effizienz, Barrierefreiheit, Sicherheit, Kreativität, Konvergenz	rezipienten- orientiert	Inhalte	Online
Mehlis 2014	Aktualität, Vielfalt, Unterhaltung, Transparenz, Orientierung, Professionalität, Unabhängigkeit, Vollständigkeit, Wahrheit, Verständlichkeit, Multimedialität, Vernetzung, Interaktivität, Partizipation, Kritik, Nähe, Ergänzung	rezipienten- orientiert	Inhalte	Online

Name, Jahr	Kriterien	Perspektive	Dimension	Medium
Vowe/ Wolling 2004	Musikstile, Spannungsbögen, Programmelemente	rezipienten- orientiert	Inhalte	Radio
ARD/ ZDF- Studie	Objektivität, Wahrheit, Professionalität, Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit, Kritikfähigkeit, Meinungsbildung, Relevanz/Vielfalt, Verständlichkeit, Aufmachung	rezipienten- orientiert	Inhalte	TV- Nachrichten
Voigt 2016	Vielfalt, Relevanz, Unparteilichkeit, Sachgerechtigkeit, Verständlichkeit	rezipienten- orientiert	Inhalte	Zeitungen

Tabelle 1: Überblick der 20 Kriterienkataloge (eigene Darstellung).

In einem nächsten Schritt wurden die verschiedenen Qualitätskriterien auf gemeinsame Nenner gebracht, sodass drei „Konsens-Kataloge“ entstehen konnten.³¹ Als systemtheoretisch-normative Qualitätskriterien gelten:

- Objektivität, Vielfalt, Relevanz, Publikumsakzeptanz, Professionalität, Richtigkeit, Aktualität

31 Konzepte, die in den Katalogen verschiedene Namen tragen, aber Ähnliches meinen, wurden zusammengefasst: Vielfalt = Verschiedenartigkeit; Wahrheit = Richtigkeit, Tatsächlichkeit, Sachgerechtigkeit; Objektivität = Neutralität, Fairness, Ausgewogenheit, Unparteilichkeit etc.

Akteursbezogen-journalistische Qualitätskriterien sind anhand der hier verwendeten Studien schwieriger zu bestimmen. Die genannten Konzepte gehen stark auseinander. Während Wyss sich an internen journalistisch-normativen Kriterien orientiert, denken Hermes und Schröter extern-kontrollierend und prozessorientiert. Ein forschungspraktischer Kompromiss, der zur Bewertung der Qualität journalistische Arbeitsroutinen verwendet werden kann, könnte so aussehen:

- Selektion: Vielfalt, Relevanz, Transparenz
- Produktion: Objektivität, Richtigkeit, Originalität, Vermittlung
- Prozess: Kontrolle, Mitarbeiterkommunikation, Unabhängigkeit

Rezipientenorientierte Qualitätskriterien sind:

- Vielfalt, Objektivität, Relevanz, Verständlichkeit, Professionalität, Richtigkeit, Aktualität, Multimedialität, Partizipation, Kritik, Meinungsbildung

Journalistische Arbeitskriterien stellen also einen Sonderfall dar. Dagegen sind die sieben normativen Kriterien von Selektion und Produktion, die sich auf Inhalte statt auf Prozesse beziehen, identisch mit den Qualitätserwartungen der Rezipienten.

Der rezipientenorientierte Katalog erweitert den systemtheoretischen sogar um zwei Kriterien: Kritik und Meinungsbildung. Rezipienten ist es wichtig, dass Medien eine Haltung haben, ihnen Orientierung und kritische Berichterstattung bieten. Das gehört nach der „Funktionstrias“ ohnehin zu den Aufgaben des Journalismus. Erstaunlich, dass dies in den normativen Ansätzen nicht berücksichtigt wurde. Die anderen beiden Qualitätsforderungen, Multimedialität und Partizipation, entstehen aus den technischen Neuerungen, die der Onlinejournalismus bereithält.

Rezipienten erwarten, dass sie an der öffentlichen Debatte, die durch die Berichterstattung angestoßen wird, aktiv teilnehmen können: durch Interaktion mit Journalisten und anderen Lesern, durch Vernetzung und Diskussion in sozialen Netzwerken. Insofern sind diese neuen Qualitätskriterien eine modernisierte Umsetzung des Öffentlichkeitsprinzips. Sie befähigen die Rezipienten zur Qualitätskontrolle durch aktives Feedback.

Schließlich wurde versucht, anhand der gesamten Nennungen der Kriterien einen perspektivenunabhängigen „Konsens-Katalog“ zu erstellen (s. Abbildung 4). Es ergibt sich folgendes Bild: Vielfalt ist mit 18 Nennungen das meistgenannte Qualitätskriterium und kommt in allen klassischen Katalogen vor. Ähnliches gilt für Konzepte zu Wahrheit und Objektivität, die von jeweils 14 Autoren genannt werden. 13-mal wird professionelles journalistisches Arbeiten als qualitätsentscheidend genannt. Ebenfalls fast jedes Werk (16) berücksichtigt Publikumsakzeptanz und Publikumsnutzen (User Value) oder andere auf die Rezipienten bezogene Kriterien (Verständlichkeit, Zugänglichkeit). Obwohl also von Anfang an Publikumskriterien genannt wurden, wurde vor Arnold (2009) oder Neuberger (2011) nicht damit begonnen, die Urteile des Publikums in Befragungen zu erforschen.

Die feinen Unterschiede der einzelnen Kriterien könnten uner-schöpflich diskutiert werden. Die Definitionsversuche wurden in dieser Arbeit zurückgestellt, da eine endgültige Antwort darauf, was etwa unter „Verständlichkeit“ oder „Ausgewogenheit“ zu verstehen ist, nicht gegeben werden kann. Die Bezugsobjekte und Ausprägungen (z. B. Vielfalt: Vielfalt der Meinungen, Akteure, Argumente; Vielfalt innerhalb eines Beitrags oder eines Produktes, etc.) müssen bei der Operationalisierung für jede Studie gesondert vorgenommen werden. Es gibt aber einige Hinweise zur Operationalisierung der allgemein gültigen Kriterien. Wie kann dieser „Kanon“ der Qualitätskriterien gemessen werden?

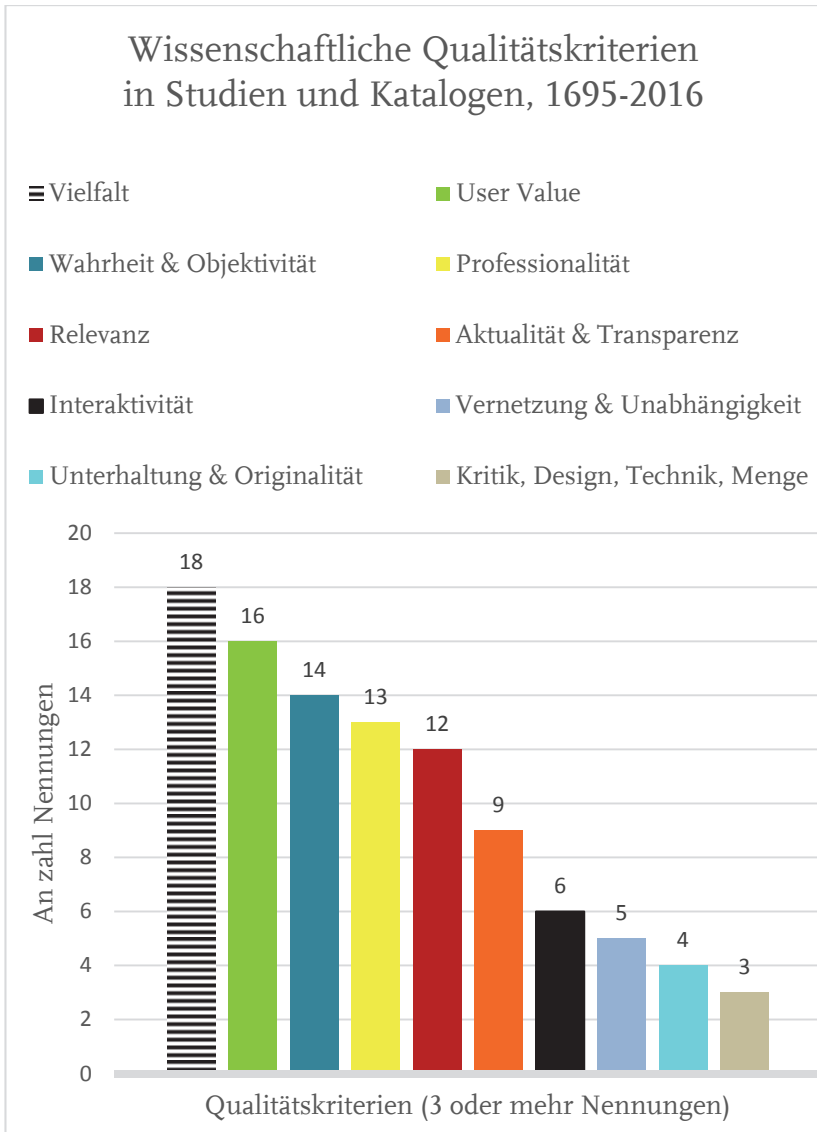


Abbildung 4: Häufigkeit wissenschaftlicher Qualitätskriterien in Studien und Katalogen von 1695 bis 2016 (eigene Darstellung).

4. Methodische Herausforderungen der Qualitätsforschung

Die Validität der in der Wissenschaft verwendeten Qualitätskriterien gilt als hoch und hat sich durch Studienvergleiche bestätigt. Die Vielzahl an wissenschaftlichen Kriterienkatalogen hat selten zu einem Dissens geführt, die Übereinstimmung der Forscher hinsichtlich der Qualitätskriterien ist enorm. Selbst hinter verschiedenen Begriffen stecken meist dieselben Argumente und Kriterien. „Kosmos“ (Schröter 1995) und „Verschiedenartigkeit“ (Pöttker 2000) meinen Vielfalt; „Fairness“ (Wyss 2002) ist Neutralität; „Zugänglichkeit“ (Arnold 2009) heißt Verständlichkeit. Auch verwandte Konzepte wie Richtigkeit und Wahrheit oder Neutralität und Ausgewogenheit sind oft nur Einzelkriterien eines größeren Konstrukts wie Objektivität, wie Westerstahl zeigte (1987).

Offenbar treffen die wissenschaftlich ermittelten Kriterien auch das Qualitätsverständnis aus der Praxis sehr genau: Befragungen von Journalisten, bei denen sie ihr eigenes Qualitätsverständnis erläutern oder die Kriterien aus der Wissenschaft bewerten sollten, ergaben meist keine neuen oder zusätzlichen Kriterien (vgl. u. a. Rager 1994: 190).

Trotz der übergeordneten Übereinstimmung der Kataloge beklagen Qualitätsforscher häufig die „notorische Unschärfe der Qualitätskriterien“ (Saxer 2000: 190), wenn es um die empirische Messung geht. Bei normativen Konzepten kann dies nicht überraschen. Schatz/Schulz (1992) haben es geschafft, ihre Qualitätskriterien in viele Einzelfaktoren zu zerlegen und detailgenau zu beschreiben. Außerdem diskutieren sie quantitative, qualitative und statistische Messverfahren zu den Kriterien. Ihre Vorschläge sollen nun als Anregungen zur Operationalisierung diskutiert werden. Sie sollen aber nicht in nominalen Kategorien interpretiert werden, sondern benötigen relationale Ordinalskalierungen (u. a. Voltmer 1998/99). Je nach Programmtyp und Medium lassen sich so Qualitätsprofile erstellen (z. B. „Medium A erfüllt Kriterium X besser als B, aber Kriterium Y schlechter als Z“). Sie vergleichen Leistung qualitativ (vgl. Schatz/Schulz 1992: 710f.):

Eine Norm läßt sich ihrer Natur nach empirisch nicht bestätigen oder falsifizieren; wohl aber kann man das Verhalten, das durch die Norm reguliert werden soll, daraufhin überprüfen, bis zu welchem Grade es der Norm entspricht (Schatz/Schulz 1992: 705).

4.1 Qualitative und quantitative Methoden

Am Ende ihres interdisziplinären Sammelbands zum Qualitätsmanagement identifizieren Held/Ruß-Mohl vier Verfahren zur Qualitätsmessung: Direkte Messung, Publikumsgunst, Expertenurteile, Indirekte Indikatoren (vgl. Held/Ruß-Mohl 2000: 369f.). Es handelt sich um qualitative Verfahren, deren Ergebnisse durch vergleichende oder standardisierte Befragungen quantifiziert werden können.

Einige Qualitätskriterien, wie Aktualität oder Transparenz, sind inhaltsanalytisch direkt messbar (vgl. Held/Ruß-Mohl 2000: 369). Auch komplexere Konstrukte sind objektivierbar und durch statistische Verfahren messbar. So können strukturelle und inhaltliche Vielfalt durch den Herfindahl-Index oder das Entropie-Maß (Informationstheorie nach Shannon 1948) ermittelt werden (Kambara/NHK 1992, zit. nach Schatz/Schulz 1992: 695). Entropie meint den mittleren Informationsgehalt einer Nachricht.

Der Informationsgehalt steigt, je unwahrscheinlicher die Auftrittsmöglichkeit eines Zeichens ist (vgl. Rau 2013: 62). Meinungs- oder Themenvielfalt ist also hoch, wenn das Vorhandensein bestimmter Vielfaltskategorien unwahrscheinlich und der Entropie-Wert hoch ($H=1$) ist. Köster/Wolling konnten so zeigen, dass sich ARD, BBC, ORF und SF weder nach demokratischen noch professionellen Vielfaltsstandards signifikant unterscheiden (vgl. Köster/Wolling 2006: 88).

Vielfalt lässt sich auch bestimmen, indem die Zahl der Wahlmöglichkeiten (von TV-Programmen) zu einem bestimmten Tageszeitpunkt ermittelt und mit anderen Zeitpunkten verglichen wird (Donsbach 1992, zit. nach Schatz/Schulz 1992: 695). Im Rahmen einer komparativen Fallstudie ist es auch möglich, beispielsweise mit einer quantitativen Inhaltsanalyse, das Vorkommen verschiedener Themen, Akteure und Meinungen zu zählen und als absolute Werte mit anderen Nachrichtensendungen oder Zeitungen zu vergleichen, wie es Maurer (2005) getan hat. Der Vielfalt-Index wäre dann nur innerhalb des Pools der verglichenen Inhalte gültig. Dasselbe Verfahren ist auch bei einer Längsschnittstudie vorstellbar, die die Vielfaltveränderungen eines einzigen Mediums ermittelt.

Relevanz ist viel schwieriger objektiv zu bestimmen als Vielfalt, da sie sich erst durch situative Bezüge ergibt. Publikumsbefragungen könnten Lebenswelten von Rezipienten und ihre Erwartungen an die Qualität von Relevanz ermitteln, jedoch sind solche Relevanzprofile „durch logische Brüche und Verzerrungen gekennzeichnet“ (Schatz/Schulz 1992: 699).

Häufig wird Relevanz quantitativ über Häufigkeit, Platzierung und Menge der Themen bestimmt, unter der Annahme, dass „relevant ist, was die Massenmedien für relevant halten“ (ebd.). Gesamtgesellschaftliche Relevanz wird so aber nicht valide gemessen: Die Häufigkeit eines Themas auf der Medienagenda kann auch auf die Durchsetzungsfähigkeit seiner Lobby zurückzuführen sein (vgl. ebd.). Auch könnten Relevanzwerte durch kumulierte Häufigkeitsprofile beim intermedialen Vergleich nur durch den gemeinsamen „bias“ der Medien entstehen. Schatz/Schulz empfehlen deshalb „vor-mediale Öffentlichkeiten“ als Relevanzprüfer: Geistes- und Sozialwissenschaften verfügen durch die Kontrollfunktion der „scientific community“ über eine größtmögliche Neutralität und Unabhängigkeit zur Bestimmung gesamtgesellschaftlicher Relevanz (vgl. ebd.: 701).

Das Relevanzniveau ist quantitativ über die Zahl der vom Ereignis Betroffenen und die Eintrittswahrscheinlichkeit messbar (vgl. Schatz/Schulz 1992: 698) und qualitativ über gewichtete Merkmale des Schadens und Nachrichtenwerte (vgl. Köster/Wolling 2006: 85).³² Für die Qualitätsbewertung von Nachrichteninhalten bedeutet dies, dass die tatsächliche Eintrittswahrscheinlichkeit eines berichteten negativen Szenarios geprüft werden muss: Ist sie hoch, erfüllt die Berichterstattung ihren Qualitätsauftrag durch die Vermittlung relevanter Themen; ist sie niedrig (z. B. trotz hohem Schadenspotential), kann der Vorwurf unprofessioneller „Panikmache“ gerechtfertigt sein. Schadenspotential und Eintrittswahrscheinlichkeit von berichteten Themen lassen sich von der „vor-medialen Öffentlichkeit“ der Wissenschaft quantitativ bestimmen (z. B. über Kriminalstatistiken und Expertenbefragungen).

32 Köster/Wolling berechnen das Relevanzniveau mit folgender Formel: (Zahl der Betroffenen * Eintrittswahrscheinlichkeit) * (Irreversibilität + Werte + Freiwilligkeit + Status + (Wirtschaftliche, räumliche, politische, kulturelle Nähe) / 4 + Intensität) / 6. (vgl. ebd.: 86).

Expertenurteile können für die Bestimmung gesamtgesellschaftlicher Relevanz nützlich sein, für die Bestimmung von individueller Relevanz für Rezipienten eignen sie sich jedoch nicht (vgl. Ruß-Mohl 1992: 88). Insgesamt muss bei der Bestimmung von Relevanz mit der Nachrichtenwertforschung (zur Analyse journalistischer Handlungen) und der Gratifikationsforschung (zur Analyse von Rezipientenmaßstäben) zusammengearbeitet werden (vgl. Schatz/Schulz 1992: 697).

Journalistische Professionalität lässt sich über die Handwerksregeln der Praktikerliteratur (u. a. Schröter 1995; Pöttker 2000; Wyss 2002; Schatz/Schulz 1992: 703) bestimmen. Wird sie, wie so oft, an das Objektivitätspostulat geknüpft, kann dieses mit Westerstahl (1983) durch Richtigkeit, Vollständigkeit, Sachlichkeit und Neutralität als empirisch prüfbare Teilkonstrukte operationalisiert werden. Diese lassen sich durch einen „Realitätstest“ prüfen, wenn medienunabhängige Beobachter oder statistisch unangreifbare Daten verfügbar sind.

Kepplinger wendete außerdem eine „Konsensprüfung“ an, bei der eine Liste mit allen wichtigen Fakten zu einem Ereignis erstellt und mit der Berichterstattung abgeglichen wird (vgl. Schatz/Schulz 1992: 703). Für die Nachrichtenqualität besonders relevant ist das Kriterium neutraler Sprache. Semantische Mängel können inhaltsanalytisch durch die „evaluative assertion analysis“ (Osgood 1956) aufgedeckt werden (vgl. ebd.: 704).

Die Rechtmäßigkeit von Medieninhalten ist anhand der Verfassung (Art. 5 GG), der allgemeinen Gesetze (StGB, BGB) und des Rundfunkrechts (RStV, TKG, TDG u. a.) prüfbar. Der Drei-Stufen-Test für Telemedien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist ein Beispiel für rechtlich-objektive Qualitätsmessung (vgl. Neuberger 2011: 75). Über solche Kriterien sind Qualitätsmängel inhaltsanalytisch recht unkompliziert zu bestimmen, jedoch ist zu überlegen, inwiefern die Verstöße gewichtet werden sollen oder ein quantitativer Rechts-Index gebildet werden kann (vgl. Schatz/Schulz 1992: 710). Die Qualitätsforschung muss außerdem noch entscheiden, ob Medieninhalte als qualitativ hochwertig einzustufen sind, wenn sie nicht gegen geltendes Recht verstoßen.

Expertenurteile werden als Qualitätsmaßstab herangezogen, weil Berufsprofis (Jury einer Preisverleihung, Presserat, Verbandsvorsitzende) durch ihre Autorität als vertrauenswürdig gelten. Gleichzeitig schränkt

sich der forschungspraktische Wert dieses Maßstabs ein, weil brancheninterne Personen „betriebsblind“ (Held/Ruß-Mohl 2000: 371.) sind. Expertenurteile sind nicht pauschal objektivierbar, gewinnen aber durch ausgewogen zusammengesetzte Gremien an Schärfe – jedoch gehen dem Prozess der Expertenauswahl bereits subjektiv Urteile über die Kompetenz der Personen voraus. Die befragten Experten sollten deshalb unterschiedliche Arbeitsfelder abdecken, etwa als Wissenschaftler, Medienkritiker und -praktiker, Designer und Techniker (vgl. Neuberger 2011: 78). Expertenurteile sind nur beschränkt valide, jedoch treffender als marktorientierte Kundenurteile (vgl. Held/Ruß-Mohl 2000: 371).

Eine quantitative Möglichkeit zur Urteilsmessung zeigen Wellbrock/Klein: Sie nutzen die „Concept Map“-Methode in Expertengesprächen mit Redakteuren und Wissenschaftlern. Mit selbstgezeichneten „Begriffs-Landkarten“ sollten die Probanden ihr Verständnis von Qualität darstellen, die Einzelkonstrukte ordnen und miteinander in Beziehung setzen. Über Codierungen der Verbindungen erstellten sie dann eine „Consens Map“ aus dem Durchschnitt der genannten Kriterien und Verknüpfungen (vgl. Wellbrock/Klein 2014: 389). Die hohe Übereinstimmung der genannten Kriterien mit denen aus der Literatur bestätigt die Validität der Methode. Statistische Tests zeigten eine sehr hohe Reliabilität von $\Phi = 0,94$ $p < 0,01$ (vgl. ebd.: 403f.).

Auch wenn die Anforderungen an die Probanden hoch sind, ist das Potential für die Rezipientenforschung interessant. Ähnlich einer offenen Fragestellung verwenden Rezipienten hier ihre ganz eigenen Qualitätsbegriffe und Konzepte, ohne durch eventuell unverständliche wissenschaftliche Konstrukte (bei einem Fragebogen) verunsichert zu werden. In Verbindung mit einem Stimulus-Experiment, bei dem die Rezipienten Nachrichtenmaterial (z. B. mit unterschiedlicher Qualität oder von unterschiedlichen Medientypen) bekommen und ihre Concept Map konkret auf diesen Input beziehen, könnten die Qualitätsverständnisse des Publikums ermittelt, gattungsspezifisch konkretisiert und mit den Expertenverständnissen verglichen werden.

Eine Möglichkeit, dem Problem der „Betriebsblindheit“ zu entgehen und unkompliziert messbare, wirklich objektive Qualitätsmaßstäbe zu nutzen, bietet die Variante der Indirekten Indikatoren: Anders als andere Messmethoden sollen sie nicht die Qualität des Outputs (des Pro-

dukts) beweisen. Sie messen den Input, genauer das Vorhandensein von Voraussetzungen, unter denen Qualität wahrscheinlich wird. Dazu gehören die Zahl der Redakteure in Relation zum Produktumfang, ihre Berufserfahrung, die Zahl der Korrespondenten etc. (vgl. Held/Ruß-Mohl 2000: 370).

Dabei ist kein Indikator für sich genommen aussagekräftig. Nur ein gewichtetes Indikatorensystem führt zu validen Qualitätsurteilen (vgl. Ruß-Mohl 1992: 90). Viele Werke haben dies berücksichtigt (u. a. Maurer 2005) und Gewichtungen ihrer Qualitätskriterien vorgenommen.

Eine Hierarchisierung von Qualitätskriterien muss sich an der Journalismusperspektive orientieren, die der jeweiligen Fallstudie zugrunde liegt, und den durch sie begründeten (einander teilweise ausschließenden) Zielen des hochwertigen Journalismus: „Qualität hängt immer von der Qualitätsforderung ab. Diese wiederum ist abhängig von dem Beobachter und von der beobachteten Einheit. Allgemeingültige, beobachterunabhängig Qualitätskriterien für den Journalismus gibt es nicht“ (Handstein 2010: 17).

Für die empirische Forschung heißt dies, dass die Konzeption der Untersuchung und die Wahl der Methode erst diskutiert werden können, wenn das Materialobjekt (z. B. Mediengattung) und die theoretische Perspektive des Formalobjekts (z. B. systemtheoretisch, medienethisch, ökonomisch, handlungstheoretisch, rezipientenbezogen) festgelegt sind. Danach kann ein passender Satz (gewichteter) Qualitätskriterien aus den vorhandenen empirischen Katalogen ausgewählt oder neu gebildet werden. Qualitätsmaßstäbe sind in der Empirie immer die abhängige Variable (vgl. Wyss 2002: 97), die unabhängigen Variablen sind das jeweilige Medium, die Akteure oder die Begründungsperspektive.

Wegen der medialen Bandbreite, innerhalb derer Nachrichten vermittelt werden, folgt ein Beispiel zu genrespezifischen Besonderheiten: Häufig werden intermediale Analysen angewendet, um die Validität beim Vergleich von Nachrichtenagenden zu erhöhen. Dabei müssen die Eigenschaften der Mediengattungen methodisch berücksichtigt werden.

Mit den Aktualitäts- und Periodizitätszwängen lässt sich dies zeigen: Zeitungen müssen strukturbedingt das berichten, was „gestern“ geschah oder „heute“ geschehen wird, während Fernsehen stunden- oder minutengenau berichten kann. Voltmer berücksichtigt dies, indem sie

bei ihrer Stichprobenziehung der Medienagenda den Rhythmus um einen Tag versetzt: Codiert wird jeder dritte Kalendertag, bei Printprodukten jedoch der Tag nach dem gezogenen Fernseh-Tag (vgl. Voltmer 1998/99: 92). Somit bleibt der Aktualitätsrhythmus ihres intermedialen Vergleichs ausgeglichen.

4.2 Messverfahren zur Qualitätsbeurteilung aus Rezipientensicht

Wenn sich die Qualitätsforschung für Publikumsurteile interessierte, war das verwendete Rezipientenbild meist ökonomisch geprägt (vgl. Serong 2015: 291). Das bestätigt sich im schon früh angewendeten, ökonomisch begründetem Messinstrument Publikumsgunst („Qualität ist, was das Publikum für Qualität hält“, Ruß-Mohl 1992: 88). Sie wird mit absoluten und relativen Werten gemessen und nutzt Zielgruppenabdeckung, Auflagenzahlen oder Einschaltquoten. Solche Werte sind ohne besonderen Rechercheaufwand den Media Perspektiven oder ALM-Jahrbüchern zu entnehmen, objektivierbar und vergleichbar, also grundsätzlich angenehm für die empirische Forschung.

An der Verwendung von Quotenmessungen als Qualitätsmaßstab ist jedoch die zugrundeliegende Annahme, Medienkonsum wäre gleichzusetzen mit Lob oder Befürwortung, problematisch. Tatsächlich befinden sich immer einige Rezipienten im „Kennenlernprozess“ und müssen ein Medium mehrfach konsumieren, um sich eine Meinung über dessen Qualität zu bilden. Hohe Quoten entstehen nicht nur durch hohe Publikumsgunst, sondern sind auch „Vorschusslorbeeren“. Qualitätsurteile durch Reichweitenzahlen sind zwar reliabel, aber nur beschränkt valide.

Die Validität solcher Zahlen kann durch die präziseren Erhebungen der Marktforschung erhöht werden (vgl. Held/Ruß-Mohl 2000: 369), wenn nicht nur nach der Nutzung, sondern tatsächlich nach der Bewertung gefragt wird. Generell problematisch an der Qualitätseinschätzung anhand von Publikumsgunst ist ein „kollektivistischer Fehlschluss“ (Serong 2015: 192), der aus der medienökonomischen Prägung des Publikumbildes resultiert. Zu oft wird nach den Nutzungsmotiven des einzelnen aktiven Rezipienten gefragt und daraus das Qualitätsurteil der passiven Publikumsmasse kumuliert.

Die rezipientenorientierte Qualitätsforschung, die zur Qualitätsbewertung das Publikum tatsächlich befragt und nicht nur das Marktverhalten misst, stellt dagegen die Beziehung zwischen Rezipient und Medium in den Vordergrund (vgl. Mehlis 2014: 256). Deshalb wird mehrfach empfohlen, den Dynamisch-Transaktionalen Ansatz von Früh/Schönbach (1982) zu nutzen, um die Beobachtungsinstrumente zu verbessern (vgl. Serong 2015: 297). Da er das Handeln von Rezipienten und Kommunikatoren als Inter-Transaktion über die Medienbotschaft versteht (vgl. Vowe/Wolling 2004: 316), passt er zu der These, dass Qualitätsverständnisse im Prozess des Rezipierens und Interagierens entstehen (s. Kapitel 2.2.).

In diesem Zusammenhang können Kriterien wie „Wechselseitigkeit“ (Pöttker, Ruß-Mohl) Partizipation und Interaktivität (Mehlis, Neuberger) angewendet werden. Neuberger schlägt vor, bei der Rezipientenbefragung einzelne Tiefeninterviews und Fokusgruppeninterviews zu nutzen (vgl. Neuberger 2011: 78). Er traut Rezipienten zu, sich ihrer gesuchten und erhaltenen Medienwirkungen bewusst zu sein (individueller Rezipientennutzen oder „User Value“; hier ist wieder die von Schatz/Schulz empfohlene Gratifikationsforschung nützlich). Laut ihm können sie Medienqualität sogar nach der gesellschaftlichen Leistungserfüllung („Citizen Value“) beurteilen (vgl. ebd.: 76).

Forschungen zur Qualitätsbewertung aus Nutzersicht sind besonders effektiv, wenn Befragungen und Inhaltsanalysen verknüpft werden. Dies ermöglicht einen Vergleich von normativer Produktqualität und subjektiver Rezipientenqualität. Dabei ist zu beachten, dass die Untersuchung auf der gleichen Analyseebene stattfinden muss: Wenn in der Inhaltsanalyse die Beitragsqualität bestimmt wird, sollten Rezipienten nicht zu ihrem Gesamteindruck eines bestimmten Mediums befragt werden (Negativbeispiel Rössler 2004).

Voigt (2016) und Jungnickel (2011) setzen dies geschickt um. Jungnickel verwendet die sieben klassischen Qualitätsdimensionen (Unparteilichkeit, Vielfalt, Relevanz, Vermittlung, Transparenz, Sachgerechtigkeit, Rechtmäßigkeit) und operationalisiert sie nach Variablen, die mit der allgemeinen Forschungspraxis übereinstimmen (z. B. Vielfalt = Thema, Meinungen, Quellen) (vgl. Jungnickel 2011: 367). Die Rezipientenurteile zu diesen Kriterien misst sie fünfstufig über den Grad der

Zustimmung zu leicht verständlichen Aussagen (z. B. Vielfalt: „Der Journalist hat verschiedene Meinungen und Quellen berücksichtigt“, Transparenz: „Man erkennt, woher die im Artikel genannten Informationen stammen“). Außerdem nimmt sie eine Erweiterung der klassischen Kriterien um vier Nutzerkriterien vor, was in Kapitel 3.4 für notwendig erachtet wurde: Interesse, persönliche Relevanz, Unterhaltsamkeit und Stil operationalisiert sie ebenfalls durch Aussagenzustimmung (z. B. „Das Thema des Artikels ist für mich selbst von Bedeutung“) (vgl. ebd.: 372).

Qualitätsurteile aus Rezipientensicht messen Schatz/Schulz unter dem Kriterium Akzeptanz. Sie beziehen sich dabei auf die Gratifikationsforschung, die universelle Präferenzen von Mediennutzern erforscht hat. Problematisch ist, dass jegliche Publikumsforschung nur ex-post und fallstudienhaft Ergebnisse hervorbringt (vgl. Schatz/Schulz 1992: 706). Dieses Problem muss heute nicht mehr gelten: Zahlreiche Rezipienten kommunizieren ihre Urteile live während der Rezeption über Social-Media-Kanäle, häufig über den Kurznachrichtendienst Twitter. Erstmals werden über diese Kanäle das Rezeptionserleben und auch Qualitätsurteile live dokumentiert. Diese Interaktion mit Twitter-Nutzern wird oft in politischen Diskussionssendungen (ARD: „Maischberger“) verwendet und ist als neue Form der durch Massenmedien hergestellten politischen Öffentlichkeit zu verstehen.

Der Einbezug von Nutzerdiskussionen verwirklicht die aus Rezipientensicht geforderten Kriterien Multimedia und Partizipation (s. Kapitel 3.4.). Die Qualitätsforschung könnte beispielsweise prüfen, ob die Rezipienten diese Praxis als qualitätssteigernd empfinden.

Live-Tweets erlauben Einblicke in Rezeptionsurteile, die mit klassischen sozialwissenschaftlichen Methoden kaum zu imitieren sind: Verknüpft man den Zeitpunkt des Postings mit der Programmstruktur des gesehenen Inhalts (unter Berücksichtigung eines „delays“ (Verzögerung) durch die Dauer des Tweet-Schreibens) und wertet die Tweets inhaltsanalytisch aus, müsste man Rezeptionsurteile von ähnlich hoher Validität wie bei Laborexperimenten in der Wirkungsforschung erhalten. Die Daten wären unverfälscht, „natürlich“ und ohne Erhebungskosten zu erhalten. Die Kommunikationswissenschaft sollte Live-Tweets unbedingt als Materialquelle für Inhaltsanalysen nutzen.

Im kommunikationswissenschaftlichen Skalenhandbuch von Rössler (2011) finden sich zwölf Skalen zur Medienbewertung durch Rezipienten, von denen zwei Nachrichtenqualität und eine Medienglaubwürdigkeit messen. Brosius/Birk (1994) entwickelten ihre Skala ursprünglich für die Medienwirkungsforschung, um den Einfluss von Text-Bild-Korrespondenz auf die Vermittlungsleistung von Fernsehnachrichten zu testen. Die Skala besteht aus sechs semantischen Gegensatzpaaren, die von 1 (z. B. „uninteressant“) bis 7 (z. B. „interessant“) gestuft sind. Der Mittelwert-Index beschreibt die durchschnittliche wahrgenommene Qualität eines Beitrags durch den Rezipienten (vgl. Rössler 2011: 85f.). Das Instrument ist simpel anwendbar und damit nützlich zur Erfassung subjektiver und spontaner Rezipientenurteile, etwa im Rahmen eines (quasi-)experimentellen Vergleichs (vgl. Rössler 2011: 84).

Die verwendeten Items sind durchschnittlich valide: Drei klassische Qualitätskriterien (Verständlichkeit, Glaubwürdigkeit, Ausgewogenheit) werden erfasst, die anderen Items (u. a. interessant, anschaulich) kommen im Kanon der Nachrichtenqualitätsforschung nicht vor. Bei der Bewertung von mit Fotos und Filmausschnitten bebilderten Nachrichtenbeiträgen könnte ein Kriterium wie „Anschaulichkeit“ sinnvoll sein. Mit visueller Nachrichtenqualität hat sich Bilke (2008) beschäftigt. Sie hat „konfliktsensitive“ Qualitätskriterien für die Kriegsberichterstattung, insbesondere für die Fotografie, entwickelt.³³

Die bewährteste Methode zur Messung von Nachrichtenqualität aus Rezipientensicht ist die Skala der ARD/ZDF-Trendforschung (u. a. Zubayr/Geese 2009), die Wolling (2002) weiterentwickelt hat, indem er per Faktorenanalyse eine Dimensionierung vornahm (vgl. Rössler 2011: 87): „Qualität ist kein eindimensionales Konstrukt [...]. Von daher ist es notwendig, Qualität über mehrere Indikatoren zu operationalisieren“ (Wolling 2002: 204). Mittels einer Faktorenanalyse bewies er (62% Varianzerklärung), dass Rezipienten Qualität auch mehrdimensional verstehen, und dass die Faktorladungen sogar für fünf verschiedene Nachrichtensendungen gleich stark bleiben (vgl. Wolling 2002: 204f.). Die Skala

33 Voyeurismus gegen Authentizität abwägen, Bedingungen vor Ort beachten, Menschen lange begleiten und nicht kurz ausnutzen, Friedensprozesse nicht behindern (vgl. Bilke 2008: 220).

orientiert sich valide an den klassischen Qualitätskriterien (s. Kapitel 3.3.2.) und misst sie durch 14 Items innerhalb der Faktoren Informationsqualität, Sensationalismus und Präsentationsqualität. Abgefragt werden die Items über eine sechsstufige Likert-Skala (stimme zu – stimme nicht zu). Das Instrument ist zur Ermittlung subjektiver Rezipientenbewertungen und zum reliablen Vergleich verschiedener Nachrichtensendungen geeignet, und könnte auch mit Expertenurteilen oder inhaltsanalytischen Befunden zur Medieninhaltsqualität verglichen werden (vgl. Rössler 2011: 87f.).

Schweiger (1999) hat ein Messinstrument zur Ermittlung eines einzigen Qualitätskriteriums entwickelt: Glaubwürdigkeit. Sie bezieht sich subjektiv auf ein konkretes Objekt und hängt von den Nutzungserfahrungen des Rezipienten ab, weshalb diese unbedingt mit erhoben werden müssen. Gemessen werden zwei Formen: Für absolute Glaubwürdigkeit werden die Bezugsobjekte, also eine Mediengattung, ein Programm oder ein Moderator anhand von elf Items in fünf Abstufungen bewertet, die den Qualitätskriterien entsprechen (u. a. seriös, kritisch, neutral, kompetent); für relative Glaubwürdigkeit werden Rezipienten gefragt, welchem Medium sie im Zweifel eher glauben würden (vgl. Rössler 2011: 105f.). Obwohl die Skalierung es zulässt, bildet Schweiger keinen Index auf den Polaritätenprofilen und macht keine Angaben über die Herleitung der semantischen Items, weshalb Rössler die Validität und Reliabilität der Skala anzweifelt (vgl. ebd.: 107f.). Dennoch ist Schweigers Operationalisierung dieses schwierigen Publikumskonzepts vielversprechend und bisher nicht übertroffen.

5. Nachrichtenqualität aus Rezipientensicht

Lange wurde Rezipienten grundsätzlich abgesprochen, ein eigenes Qualitätsverständnis zu haben und dieses reflektiert anwenden zu können. Man ging davon aus, dass die Rezipientenerwartungen den journalistischen und normativen Standards der Wissenschaft eher widersprechen (vgl. Rager 1994: 193). Erst vor kurzem begann die Forschung, sich mit der Qualitätsbewertungskompetenz des Publikums auseinanderzusetzen (Voigt 2016; mit Schweiger 2014) und widerlegte Ragers Annahme: In offenen Abfragen nutzen Rezipienten ähnliche normative Qualitätskriterien wie die Wissenschaft (vgl. Voigt 2016: 196).

Schweiger und Voigt haben mit mehreren Veröffentlichungen dazu beigetragen, Nachrichtenqualität aus Rezipientensicht zu erforschen. Davor wurden der Prozess der Qualitätsbewertung und Einflussfaktoren seitens der Rezipienten kaum analysiert. Stattdessen wurden die Publikumsbewertungen ganzer Mediengattungen (Reitze/Ridder 2006) ermittelt, Kriterienrankings erstellt (Trepte et al. 2008) oder Kritikpunkte am Journalismus gesammelt (Donsbach et al. 2009) (vgl. Jungnickel 2011: 363).

Die wohl früheste Studie zur Ermittlung von Rezipientenkriterien erstellten Berdi et al. (1992): sie verglichen die Rezipienten- und Expertenurteile zu normativ guten, mittelmäßigen und schlechten Zeitungsartikeln. Die Studie vermied das bis heute häufige Problem der unterschiedlichen Analyseebene: Oft messen Inhaltsanalysen Qualität auf Beitragsebene, während Befragungen auf der Produktebene bleiben (also den allgemeinen Eindruck des Publikums zu einer Zeitung erfragen). Die Studie war lange die einzige Rezipientenbefragung der Qualitätsforschung, jedoch methodisch schwach ausgearbeitet (vgl. Jungnickel 2011: 363f.).

Deshalb ist positiv zu bewerten, dass die Zahl der Studien, in denen Rezipienten tatsächlich zu ihrem Qualitätsverständnis befragt werden, zugenommen hat (Radio: Vowe/Wolling 2004, Blogs: Trepte et al. 2008, Jugendliche und TV: Troxler 2013, TV allgemein: Gehrau 2008, Bucher et al. 2012, Online: Neuberger 2014; s. annotierte Bibliografie im Anhang). Die Studien beziehen sich jedoch meist auf das endgültige Qualitätsurteil. Neben dem „Wie“ ist bei der Rezipientensicht aber vor allem das „Warum“ interessant.

Das letzte Kapitel dieser Arbeit öffnet den Blick für die Forderungen, die das Publikum an Nachrichten stellt. Es diskutiert, welche Faktoren auf die Urteilsbildung des Publikums Einfluss nehmen. Daran wird sich zeigen, inwieweit Journalisten den Erfolg ihrer Medien selbst beeinflussen können, oder ob sie anderen Zusammenhängen von Nutzung und Bewertung unterworfen sind.

5.1 Urteilsfähigkeit der Rezipienten

In Experimenten mit variiertem Qualitätsniveau (DFG, Schweiger/Urban 2014, Vorstudien zu Voigt 2016) wurde nachgewiesen, dass Rezipienten die tatsächliche Qualität einer Nachricht korrekt (d. h. übereinstimmend zur normativen Bewertung durch Inhaltsanalysen) einschätzen können. Jedoch bemerken sie selbst bei großen Qualitätsunterschieden die Variationen nur in geringem Maß. Daraus folgt, dass Rezipienten nur ein geringes Qualitätsbewusstsein und schwache Urteilsfähigkeiten haben (vgl. Schweiger/Urban 2014: 29).

Auch ohne die Medienmarke zu kennen, kann das Publikum gute und schlechte Qualität sicher unterscheiden (vgl. Jungnickel 2011: 375). Jedoch liegen die Schwerpunkte aus Publikumssicht teils auf anderen Kriterien. Beim Vergleich von Politik- und Sportnachrichten stellt Jungnickel fest, dass knapp ein Fünftel der Rezipienten für Vielfalt, Professionalität und Quellentransparenz kein oder nur wenig Qualitätsbewusstsein haben. Dadurch fällt ihr Gesamturteil zur Nachrichtenqualität durchweg negativer aus als das der Inhaltsanalysen (vgl. Jungnickel 2011: 371), besonders, wenn die Rezipienten an Qualitätsfragen interessiert sind (vgl. Voigt 2016: 222). Warum ist das so?

Die insgesamt schwache Urteilsfähigkeit hängt mit den unterschiedlichen Bewertungsfähigkeiten hinsichtlich einzelner Qualitätsdimensionen zusammen. Rezipienten können die allgemeine Relevanz eines Beitrags gut bewerten, weil sie sich an formal eindeutigen Kriterien (Vollständigkeit der W-Fragen) orientieren können. Neutralität einzuschätzen fällt ihnen schwer, weil dafür „nach expliziten und impliziten Bewertungen des Autors im gesamten Text gesucht“ (Schweiger/Urban 2014: 30) werden muss. Das stellt eine zusätzliche Aufgabe dar, die während des Rezeptionsprozesses kognitiv nicht geleistet werden kann oder schlicht nicht zum Rezeptionsziel gehört.

Richtigkeit und Genauigkeit der Informationen sowie Quellentransparenz (Sachgerechtigkeit) können Rezipienten nur schlecht bewerten, weil sie dafür ein ausgeprägtes Hintergrundwissen bräuchten. Das können sie bei politischen Nachrichten und dem Weltgeschehen zwangsläufig nicht besitzen (vgl. Schweiger/Urban 2014: 29).

Zur Erforschung der Urteilsfähigkeit von Rezipienten eignen sich kognitive Informationsverarbeitungsmodelle, wie sie aus der Wirkungsforschung bekannt sind, etwa das Elaboration-Likelihood Modell (ELM) oder das Heuristisch-Systematische Modell (HSM). Für die Qualitätsforschung postuliert das HSM: Wer ein Qualitätsverständnis besitzt und motiviert rezipiert, wird bei der Qualitätsbewertung systematisch und reflektiert vorgehen. Wer sich wenig für Qualitätsfragen interessiert oder gering ausgeprägte Medienkompetenz besitzt, wird sich an Heuristiken halten (vgl. Voigt 2016: 116f.). Das Interesse für Qualitätsfragen wird insgesamt als gering eingeschätzt (vgl. ebd.: 120). Deshalb muss vermutet werden, dass Rezipienten Nachrichtenqualität eher durch heuristische Ersatzmodelle beurteilen. Unklar ist noch, inwiefern andere Schemata neben dem Image zum Einsatz kommen. Für die Beitragslänge oder den Schreibstil wird großes Einflusspotential vermutet (vgl. ebd.: 266).

5.2 Intervenierende Faktoren der Qualitätsbeurteilung

Kognitive und affektive Verarbeitungsprozesse (also das Verstehen und Beurteilen von Informationen bei der Nachrichtenrezeption) verlaufen anhand systematisch-rationaler oder heuristischer Ersatzschemata. Schemata und Heuristiken helfen Rezipienten, journalistische Angebote zu erkennen, zu bewerten und einzuordnen. Sie automatisieren den Prozess der Qualitätswahrnehmung (vgl. Neuberger 2014: 229f.).

Zu diesen Bewertungs-Ersatzmodellen gehören Eigenschaften des Mediums, die nicht direkt mit der Qualität der Nachricht zusammenhängen: Formate (Nachricht, Magazin, Reportage), Medientypen (Zeitung, Zeitschrift), journalistische Marken (Spiegel, Tagesschau) oder Gestaltungsmerkmale (Infobox, Quellenangaben) (vgl. Neuberger 2014: 232). Diese Hinweisreize können die Qualitätsbeurteilung unterstützen oder alleine lenken, wenn die Fähigkeit zur Urteilsfindung eingeschränkt ist (vgl. Voigt 2016: 146). Heuristiken sind damit intervenie-

rende Variablen, die neben der tatsächlichen Nachrichtenqualität den Prozess der subjektiven Qualitätsbewertung beeinflussen.

Die wichtigste Heuristik für die Bewertung von Nachrichtenqualität ist das Image der Medienmarke. „Images sind Fiktionen, die gleichwohl starke faktische Wirkungen entfalten“ (Merten 2014: 47). Sie bestehen aus der Medienmarke zugeschriebenen Eigenschaften und besitzen kognitive (Glaubwürdigkeit des Mediums), affektive (Sympathie und Vertrautheit), öffentliche (Wahrnehmung des Mediums in der Gesellschaft und anderen Medien) und persönliche (individuelle Wahrnehmung durch Mediennutzung) Komponenten (vgl. Voigt 2016: 126). Das Image ist eine strategisch sinnvolle Heuristik, weil es durch Simplifizierung und sofortige Gesamtwahrnehmung einfache Urteile erlaubt. Da es oft kollektiv geteilt wird, erlaubt es Ko-Orientierung³⁴ und entlastet den Rezipienten bei der Urteilsfindung (vgl. Merten 2014: 48f.).

Von Effekten wie Markenbindung durch Glaubwürdigkeit profitieren Medien, die das Image eines „Qualitäts- und Leitmediums“ (Kapitel 2.4.) erlangt haben: „Im Sinne eines Halo-Effekts wird dabei die emotionale Affinität für ein Medium auf die Qualitätsbewertung übertragen“ (Voigt 2016: 130). Die DFG-Studie stellte fest, dass für die Beurteilung von Qualitätsdimensionen, die hohe Sensibilität und Medienkompetenz von den Rezipienten erfordern (Sachgerechtigkeit, Verständlichkeit, Vielfalt), sogar ausschließlich Image-Heuristiken genutzt werden (vgl. Schweiger/Urban 2013: 4).

Mit dem Image-Konzept erklärt die Kommunikationswissenschaft Selektionsentscheidungen des Publikums (vgl. Schweiger 2007: 254f.). Deshalb hat der Nachweis starker Image-Effekte bei der Qualitätsbewertung weitreichende Folgen für die Medienpraxis: Qualitätseinsparungen der Redaktionen können sich über langfristig geprägte Image-Effekte negativ auf die Mediennutzung auswirken. Kurzfristige oder einmalige Qualitätsverbesserungen können das Wegfallen der zahlenden Kunden dann nicht verhindern (vgl. Schweiger/Urban 2014: 32; 2013: 5; Voigt 2016: 221).

34 „Alle finden die Bild-Zeitung schlecht, also kann auch ich den Beitrag aus der Bild-Zeitung nur schlecht finden“ (Voigt 2016: 222).

Die Fähigkeit zur Qualitätswahrnehmung wird von verschiedenen Publikumseigenschaften beeinflusst: Medienkompetenz, Mediennutzung, Soziodemografie und der Rezeptionssituation. Medienkompetenz ist definiert als „die Fähigkeit, Medien kritisch, selbstbestimmt und verantwortlich nutzen, verstehen, bewerten und gestalten zu können“ (Trepte 2008: 102). Sie ist damit nicht nur ein Einflussfaktor auf das Urteil, sondern auch ein Indikator für die Urteilsfähigkeit. Hohe Medienkompetenz verbessert die Beurteilung des Kriteriums Sachgerechtigkeit (vgl. Schweiger/Urban 2013: 4). Berücksichtigt werden muss außerdem: Sie steht in Wechselwirkung zum Mediennutzungsverhalten, da davon ausgegangen wird, dass Rezipienten für häufig genutzte Inhalte oder Formate „Kennerschaft“ entwickelt haben. Mängel oder Fehler könnten sie dann leichter und reflektierter erkennen und beurteilen (vgl. Voigt 2016: 135).

Auch der Bildungsgrad wird als Faktor genannt, meist begründet durch die Wissensklufthypothese (Tichenor et al. 1970). Er verbessert die Beurteilung der Kriterien Verständlichkeit und Vielfalt (vgl. Schweiger/Urban 2013: 4). Sein Effekt wird von Alter, Motivation und habitualisierter Mediennutzung abgeschwächt. Es wird vermutet, dass höher Gebildete durch größeres integratives Wissen zu reflektierter Interpretation von Inhalten fähig sind (vgl. Jungnickel 2011: 264f.). Die soziodemografischen Unterschiede beeinflussen die Urteilsfähigkeiten jedoch nur, wenn sie zu intensiverem Mediennutzungsverhalten führen.

Die Fähigkeit zur Qualitätsbewertung wird ergänzt durch die Motivation, Qualität überhaupt beurteilen zu wollen. Die Motivation steigt, wenn Rezipienten hohe Qualitätserwartungen haben und sich für das Thema des Beitrags interessieren (vgl. Voigt 2016: 123). Politisches Interesse führt dann wieder zu verstärkter Mediennutzung und größerer Medienkompetenz, welche die Beurteilungsfähigkeit verbessert (vgl. Donsbach/Obermüller 2010: 349, Schweiger/Urban 2013: 4).

Die Gesamtbewertung der Nachrichtenqualität hängt bei allen klassischen Kriterien von der normativen Qualität ab, die Rezipienten durchaus richtig beurteilen können, sowie vom Medienimage (vgl. Voigt 2016: 251f.). Zusammen mit der wahrgenommenen Verständlichkeit beeinflusst das Image am stärksten, ob ein Beitrag für gut befunden wird: „[...] die Verständlichkeitsvariation [ist] die einzige Qualitätsvariation im

Experiment, die sich direkt im Gesamturteil der Versuchspersonen niederschlägt“ (Voigt 2016: 268). Einen geringeren Einfluss haben das persönliche Interesse am Thema und dessen vermutete Relevanz für die Gesellschaft (vgl. ebd.: 256). Grundsätzlich negativ fallen Qualitätsbewertungen aus, wenn die Rezipienten sehr motiviert sind, sich mit Qualitätsfragen zu beschäftigen (vgl. ebd.: 269). Sie scheinen dann geradezu nach Fehlern und „eher banalen Unsauberkeiten“ (Voigt 2016: 111) zu suchen: Leicht erkennbare formale Mängel wie Tippfehler sagen über den inhaltlichen Qualitätswert eines Textes wenig aus, werden aber von Lesern als extrem qualitätsmindernd wahrgenommen (vgl. ebd.).

Bei Jungnickel ist das Medienimage weniger einflussreich für die Gesamtbewertung: Sie konnte mit einer multifaktoriellen Varianzanalyse als signifikanten Haupteffekt auf die Qualitätsurteile neben der normativen Qualität das Thema des Artikels nachweisen. Politische Nachrichtenbeiträge wurden vom Publikum qualitativ höher bewertet als Sportbeiträge (in Übereinstimmung mit der normativen Bewertung durch die Forscher); zum einen, weil politische Themen auf mehr Publikumsinteresse stoßen, zum anderen, weil die Politikbeiträge kurz und prägnant formuliert waren (vgl. Jungnickel 2011: 373).³⁵ In der ARD/ZDF-Studie bestätigt sich der Zusammenhang von „Interesse am Thema“ und positiver Qualitätsbewertung für politische Inhalte deutlich:

Unter den Zuschauern, die sich nur wenig oder gar nicht für das politische Geschehen interessieren, gilt „RTL aktuell“ als beste Nachrichtensendung. Mit steigendem politischen Interesse steigt der Anteil der positiven Urteile für die öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen (Zubayr/Geese 2013: 332).

Diese Produkteigenschaften wirken durchweg stabil auf die Publikumsurteile. Unerwarteterweise häufen sich die Ergebnisse, wonach Bildung, persönliche Relevanz und Soziodemografie keinen Einfluss darauf haben, wie gut oder schlecht Nachrichtenbeiträge bewertet werden (vgl.

35 Insofern wäre interessant, welche Produktfaktor stärkeren Einfluss hat: Werden Politikbeiträge auch noch positiv bewertet, wenn es sich um lange Hintergrundberichterstattung handelt? Kongruent dazu: Werden Unterhaltungsbeiträge positiv bewertet, wenn sie kürzer gefasst sind?

Jungnickel 2011: 374; Voigt 2016: 267f.; Schweiger/Urban 2014: 32). Unterschiede in der absoluten Qualitätsbewertung werden durch individuelle Rezipienteneigenschaften also nur unzureichend erklärt. Das Interesse am Thema ist die einzige individuelle Variable, die eindeutig zu einer höheren Qualitätsbewertung führt – auch unabhängig von der normativen Qualität der Nachricht (vgl. Jungnickel 2011: 374f.). Persönliches Interesse ist damit selbst eine Beurteilungsheuristik für die Rezipienten (vgl. Voigt 2016: 142).

Ein hohes Interesse am Thema sagt aber nichts darüber aus, ob die Rezipienten dem Standpunkt zu- oder abgeneigt sind. Besonders bei sozial kontroversen Themen ist denkbar, dass Rezipienten jene Artikel qualitativ besser wahrnehmen, die ihre persönliche Meinung unterstützen. Die Forschung sollte daher künftig neben dem Interesse auch die persönliche Pro-/Kontra-Meinung der Rezipienten miterheben.

5.3 Erwartungen der Rezipienten zur Nachrichtenqualität

Die Erwartungen zur publizistischen Qualität hängen von der sozialen Rolle ab, die Rezipienten im Rezeptionsprozess einnehmen, sowie von ihren jeweiligen Gratifikationserwartungen (vgl. Voigt 2016: 78). Als Konsumenten erfüllt das Publikum durch die Mediennutzung kognitive, affektive oder soziale Bedürfnisse, denkt also vordergründig individualistisch (entscheidende Qualitätskriterien: Vermittlung, Nähe, Interesse, subjektive Relevanz). Als Bürger erwarten sie vom Journalismus gesellschaftlich relevante Dienstleistungen (Ko-Orientierung, Meinungsbildung, Fairness, Neutralität, Aktualität) (vgl. Jungnickel 2011: 362).

Die Qualitätserwartungen sind der einzige Rezipientenfaktor, der eindeutig durch die Soziodemografie beeinflusst wird: Männer und Ältere haben etwas höhere Erwartungen als Frauen und Jüngere (vgl. Voigt 2016: 260). Jedoch muss hier ein zusätzlicher Einfluss der Medienkompetenz geprüft werden: Männer und Ältere nutzen Nachrichten durchschnittlich öfter und intensiver (vgl. Zubayr/Geese 2013: 324).

Fragt man nach der Wichtigkeit der einzelnen Qualitätsdimensionen, ist Verständlichkeit das wichtigste Kriterium für die Rezipienten. Sie erwarten außerdem Sachgerechtigkeit, relevante Themen und unparteiliche Berichterstattung. Vielfalt ist ihnen weniger wichtig (vgl.

Schweiger/Urban 2013: 5). Für den Zeitungsjournalismus zeigt sich, dass sich das Publikum:

eine aktuelle Mischung aus kurzen Berichten und längeren Hintergrundanalysen wünscht, die übersichtlich dargeboten wird und angenehm zu lesen ist. Weiter halten sie die Unabhängigkeit der Zeitung, mutigen Journalismus und den respektvollen Umgang mit den Menschen in der Berichterstattung für sehr wichtige Eigenschaften (Arnold 2014: 19).

Zwischen den Erwartungen und Qualitätsbewertungen bestehen zwei ungewöhnliche Zusammenhänge: Rezipienten erwarten Meinungsvielfalt nicht, beurteilen ihr Fehlen aber stark negativ. Inhaltliche Richtigkeit ist dem Publikum sehr wichtig, sie beeinflusst das Qualitätsurteil aber nicht positiv (vgl. Voigt 2016: 261). Möglicherweise ist korrekte Berichterstattung eine solche Selbstverständlichkeit, dass sie kein Lob „verdient“. Da Rezipienten die faktische Richtigkeit der Informationen kaum überprüfen oder erkennen können, können sie einen fehlerhaften Beitrag auch nicht negativ bewerten.

Für den Onlinejournalismus wurden Glaubwürdigkeit, Sachlichkeit und Unabhängigkeit als die wichtigsten Kriterien ermittelt. Bedenkt man die im Internet viel geringeren Barrieren für Veröffentlichungen (man benötigt keine Druckerei, keinen Verlag etc.), sind das sinnvolle Erwartungen an Qualität. Neu ist, dass sich insbesondere jüngere Internetnutzer Quellen- und Autorentransparenz sowie intensive Diskussionen wünschen: „dies sind Ansprüche, die eher im Internet erfüllt werden als in den traditionellen Massenmedien“ (Neuberger 2014: 241). Interessant sind die Ergebnisse für den Hörfunk: Selektionsentscheidungen und Qualitätsurteile hängen beim Radio am stärksten von der Musikauswahl ab. Qualitätsvolle Nachrichten steigern die Radionutzung nicht und fließen nicht in die Radiobewertung ein (vgl. Wolling 2006: 472f.).

Für die Programmervorgaben beim Fernsehen wurde festgestellt: Zuschauer öffentlich-rechtlicher Nachrichtensendungen wünschen sich mehr politische Inhalte, Zuschauer der Privatsender haben ein höheres Interesse an Meldungen über Kriminalität, Verkehrsunfälle oder Prominente (vgl. Zubayr/Geese 2009: 167f.). Hier wäre interessant, ob diese Programmervorgaben durch (soziodemografische) Rezipienteneigen-

schaften erzeugt werden oder ob die habitualisierte Mediennutzung den Wunsch prägt, mehr von dem zu sehen, was man ohnehin am meisten sieht.

Die Rezipienten stimmen mit ihren Qualitätserwartungen weitgehend mit der Wissenschaft überein, haben aber andere Schwerpunkte: Ihr persönliches Interesse, der „Stil“ der Berichterstattung sowie Kürze und Prägnanz bewerten sie am stärksten. Da ihnen Vielfalt und Transparenz oft weniger wichtig ist, sehen sie das Niveau der Nachrichtenqualität kritischer als die Wissenschaft (vgl. Jungnickel 2011: 370). Sie argumentieren bei der Qualitätsbewertung nach individuellen, konsumorientierten Kriterien: Lange Beiträge bewerten sie grundsätzlich negativer, während die Wissenschaft Dauer/Länge nur selten als Kriterium betrachtet (Hagen 1995, Maurer 2005).

Die Betonung der konsumorientierten Kriterien zeigt, „dass es dem Publikum in seiner Bürgerrolle noch stellenweise an medienbezogener Kritikfähigkeit mangelt“ (Jungnickel 2011: 375f.). Viele Erwartungen stehen in Konflikt zueinander (s. Kapitel 2.3.3.): So lassen Zahlenangaben eine Nachricht glaubwürdiger erscheinen, verringern aber die Verständlichkeit (Koetsenruijter 2011 und Zillmann/Brosius 2000, zit. nach Voigt 2016: 110) und werden als „unwichtig“ kritisiert (vgl. Jungnickel 2011: 370).

Problematisch ist auch, dass vier Fünftel der Rezipienten kaum eine Vorstellung davon haben, wie Journalismus funktioniert, wie handwerklich korrekt gearbeitet wird und welche Sicherheitsmechanismen das Mediensystem besitzt – und sie haben auch kein Interesse daran, sich darüber zu informieren, weil sie Qualitätsbewertungen und -kontrollen nicht als Aufgabe der Nutzer verstehen (vgl. Voigt 2016: 90). Es kann nur erahnt werden, wie viel größer das Vertrauen in die Arbeit der Medien wäre, wenn die Rezipienten handwerkliche Qualitätsleistungen fundierter einzuschätzen wüssten.

6. Fazit

Eingangs wurde gefragt: „Wie ist der Forschungsstand zum Thema Nachrichtenqualität? Was sind die theoretischen Grundlagen, thematischen Schwerpunkte und geeigneten Methoden?“ Die kurze Antwort lautet: der Forschungsstand ist methodisch vielfältig, besitzt einen eindeutigen Schwerpunkt (demokratiethoretisch begründete Qualitätsverständnisse) und einen noch unvollständig erforschten Trend (Qualität aus Rezipientensicht). Dies wird aus Tabelle 1 in Kapitel 3.4 ersichtlich.

Die Analyse des Forschungsstandes zeigt, dass drei Typen unterschieden werden können: system- und demokratiethoretische, aktorsbezogen-handlungstheoretische und publikumsorientierte Studien. Jeder Typ nutzt eine andere, theoretisch-konzeptionelle Perspektive auf den Journalismus und seine Funktionen als argumentative Grundlage für Qualitätserwartungen. Weil die Typen außerdem unterschiedliche Medienakteure fokussieren, ergeben sich aus deren Zielkonflikten unterschiedliche Qualitätserwartungen und letztlich die differenzierten Kriterienkataloge, nach denen Qualität bewertet wird.

Die Systematisierung nach der Journalismusperspektive wurde zur Ordnung des Qualitätsdiskurses gewählt, weil sie sich in Überblickswerken etabliert hat. Dennoch ist denkbar, die Studien anders zu ordnen, etwa nach ihren Untersuchungsgegenständen – den Mediengattungen. Da sich allein durch technische Unterschiede divergierende Erwartungen an Hörfunknachrichten oder Zeitungsmeldungen richten, ergeben sich jeweils neue Qualitätskriterien. Es fehlt der Forschung an methodischer Sorgfalt, wenn es darum geht, „Medienqualität“ von „Nachrichtenqualität“ zu unterscheiden oder die Gültigkeit der Kriterien für einzelne Mediengattungen einzuschränken. Auch in dieser Arbeit hätte bei der Erklärung von Qualitätskonzepten bisweilen stärker betont werden müssen, auf welche Mediengattung Bezug genommen wird.

Die wichtigste Erkenntnis lautet, dass Studien zur Nachrichtenqualität je nach Medium, Inhalts- und Akteursebene und Perspektive der Qualitätsbegründung ein eigenes Qualitätskonzept entwickeln, und die Messung der einzelnen Kriterien dem Untersuchungsgegenstand anpassen müssen. Deshalb wurde das Modell „Publizistische Qualität“ (s. Abbildung 2) erstellt; es zeigt das journalistische Qualitätsproblem als

multiperspektivisches Konzept und bildet es möglichst umfassend mit allen seinen Wechselwirkungen und Beziehungen ab.

Wenn eine Perspektive zur Qualitätsbegründung gewählt wird, werden andere Nachrichtenleistungskonzepte automatisch ausgeschlossen. Auch wenn Arnold (2009) und Wyss (2002) für ihre integrativen Konzepte gelobt werden, sind die Unterschiede zwischen den Perspektiven nicht zu unterschätzen. Es muss bezweifelt werden, ob ein integratives Qualitätsverständnis sinnvoll und möglich ist. Die Analyse zeigt eher, dass dann die Qualitätsverständnisse anderer Akteure, wie der Rezipienten als politisch aktive Bürger, unterdrückt werden.

Die Systematisierung konnte deutlich die Entwicklung der Qualitätsforschung herausarbeiten: Die drei konzeptionellen Perspektiven wurden erstaunlich chronologisch durchlaufen. Die breite Basis demokratietheoretisch begründeter Forschung zeigt, dass die Debatte mit normativen Fragen (Befürchtungen des Qualitätsverfalls) begann. Die aus der öffentlichen Aufgabe abgeleiteten Standards bilden den „Kanon“ der Nachrichtenqualitätskriterien. Die Forschung charakterisiert sich noch durch eine gewisse „Unschärfe“ bei der Operationalisierung, profitiert aber von einer hohen Vergleichbarkeit der Kriterienkataloge, die sich insgesamt sehr ähneln und als valide gelten. In dieser Arbeit wurden die Kriterien nicht abschließend definiert, sondern deren Variantenreichtum vorgestellt. Der Grund ist, dass die Operationalisierung der Kriterien für jedes Studienkonzept neu an die Bewertungsobjekte angepasst werden muss.

Neu ist die Systematik der akteursbezogenen Kriterien: Statt der Produktebene wird die Handlungsebene journalistisch-redaktioneller Praxis zur Qualitätsbewertung herangezogen. Deshalb wird der „Kanon“ der Qualitätskriterien hier auf die drei typischen Arbeitsroutinen (Selektion, Produktion, umgebende Prozesse) angewendet. In Anlehnung an Ruß-Mohls „I-Faktor“ kann so die Qualität der journalistischen Praxis bewertet werden. Die Erforschung der redaktionellen Maßnahmen sollte mit dem Ziel erfolgen, die Rezipienten – die nur wenig über Qualitätssicherung wissen – über die Standards zu informieren und so das Vertrauen in den Journalismus wiederherzustellen.

Einen noch explorativen Status hat die Nachrichtenqualität aus Rezipientensicht. Die Schwierigkeit, individuelle Nutzungsmotive und

mehrdimensionale Qualitätsverständnisse zu vereinen, hat dazu geführt, dass Rezipientenurteile oft kollektiv in Quotenmessungen abgehandelt oder mit dem Pauschalurteil, das Publikum könne Qualität nicht erkennen, abgewiesen wurden. Diese Annahme wurde im letzten Jahrzehnt widerlegt: Das Publikum besitzt eigene Qualitätserwartungen und erkennt Leistungsunterschiede. Da die Qualitätskriterien der Rezipienten größtenteils mit jenen der Wissenschaft übereinstimmen, aber andere Schwerpunkte setzen, fallen die Qualitätsurteile des Publikums oft schlechter aus. Wie Qualitätsbewertungen genau entstehen und welchen Einfluss Heuristiken (Image, Interesse oder Ko-Orientierung) haben, ist noch nicht endgültig erforscht. Auch der Zusammenhang zwischen Qualitätsbewertung und Mediennutzung ist noch unklar.

Die Rezipientenperspektive der Qualitätsforschung muss eine neue Richtung einschlagen. Das ökonomisch begründete Publikumsbild ignoriert politisch-normative Forderungen der Rezipienten in ihrer Rolle als Bürger. Warum gibt es, obwohl demokratietheoretische Qualitätsbegründungen die Forschung dominieren, keine Rezipientenforschung zu Qualitätsurteilen auf Basis politischer oder sozialer Erwartungen, welche die Macht der Rezipienten als Bürger und Wähler fokussieren? Hier ist ein Paradigmenwechsel angebracht. Das Publikumsverständnis muss normativer werden, um der Realität zu entsprechen: Durch die Digitalisierung emanzipiert sich der Rezipient vom Konsumenten zum „Prosumenten“: Er wird ein Inhalte (Content) produzierender Akteur im Mediensystem.³⁶

Demnach können Rezipienten als Qualität wahrnehmende, fordernde, herstellende und beurteilende Akteure nicht mehr von Wissenschaft und Medienpraxis ignoriert oder im Kollektiv vermengt werden. Die demokratischen Qualitätserwartungen der Bürgerrolle müssen diskutiert werden, da sie viele Menschen dazu motivieren, online an Diskussionen zu Politik und Journalismus teilzunehmen oder Blogs zu schreiben. Die Nachrichtenqualitätsforschung wird diese neuen Formen des öffentlichen Diskurses bearbeiten müssen. Die Zusammenarbeit von

36 „Prosumer/Prosument“: Professional Consumer, Producing Consumer. Ursprünglich Toffler 1980, im Medienbereich vgl. u. a. Stöber 2002: 490.

Redaktionen und Rezipienten kann helfen, Online-Öffentlichkeiten mit dem positiven Potential zu nutzen, welches sie eigentlich bieten.

Erkenntnisse über die Qualitätserwartungen des Publikums führen zu den Aufgaben der Journalisten. Es ist eine Frage des journalistischen Selbstverständnisses, ob und wie stark ihre Arbeitsroutinen den konsumorientierten Erwartungen angepasst werden sollten (Sensationalismus für mehr „interessante“ Beiträge; Kürzungen für mehr „Verständlichkeit“). Aus demokratietheoretischer Sicht kündigt sich hier ein gefährlicher Qualitätsverlust an, der dem potentiellen Kundenverlust in einem scheinbar unlösbaren Konflikt gegenübersteht – aber es gibt Hoffnung für die Nachrichtenqualität: Wenn „Interesse am Thema“ einen signifikanten Einfluss auf die Qualitätsbewertung der Rezipienten hat, gibt es keinen Grund, die Politikberichterstattung einzuschränken.

Rezipienten zeigen Interesse an politischen Inhalten, sie wünschen sich nur ein Entgegenkommen bei der Nachrichtendarstellung. Den schmalen Grat zwischen unzulässiger Vereinfachung und verständlicher Prägnanz zu meistern, ist letztlich die Aufgabe der Journalisten. Die Sorgfalt, mit der sie ihre tägliche Arbeit ausführen, die Wahrheit suchen und Fakten herausarbeiten, wie Christian Sievers beim Fernsehpreis sagte, bestimmt dann das Vertrauen in die Nachrichtenqualität.

Nicht zuletzt ist jeder Bürger dafür verantwortlich, Nachrichten als „professioneller Rezipient“ zu konsumieren. Forschungs- und Bildungsinstitutionen müssen die Medienkompetenz der Nutzer besonders in Bezug auf Onlinemedien weiter fördern. Journalisten müssen prüfen, inwieweit die Digitalisierung und die Entwicklung der Konsumenten zu „Prosumenten“ die Qualität ihrer Arbeitsweisen verändert.³⁷ Die Kommunikationswissenschaft kann und sollte die Journalisten bei der Sicherung und Kontrolle von publizistischer Qualität mit den Erkenntnissen einer individualisierten Rezipientenforschung unterstützen.

37 Ein Beispiel ist die „Twitter-Berichterstattung“ der Münchner Bürger im Fall des Amokläufers im Juli 2016 (vgl. Bau 2016: online). Die traditionellen Medien haben in solchen Fällen die schwierige Aufgabe, das hochaktuelle Material der Passanten (Fotos und Videos des Schützen) weder zu ignorieren – da es durch die Hashtags von allen Onlinenutzern, auch jenen, die sich über Qualitätsmedien informieren wollten, in kurzer Zeit gesehen wurde – noch kritiklos in der eigenen Berichterstattung zu verwenden und sich dadurch hoher Aktualität rühmen zu wollen.

Literaturverzeichnis

- Arnold, Klaus (2009): Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum. Konstanz: UVK (= Forschungsfeld Kommunikation, Bd. 28).
- Arnold, Klaus (2014): Qualität bei der Tageszeitung. Normative Leistungskriterien und Publikumserwartungen. In: Urban, Juliane; Schweiger, Wolfgang (Hrsg.): Nachrichten und Qualität. Was Mediennutzer vom Journalismus erwarten und wie sie dessen Leistung beurteilen (können). Dokumentation der Tagung Februar 2014. Schader Stiftung; Universität Hohenheim, S. 17-21.
- Arnold, Klaus (2016): Qualität des Journalismus. In: Löffelholz, Martin; Rothenberger, Liane (Hrsg.): Handbuch Journalismustheorien. Wiesbaden: VS, S. 551-563.
- Bau, Walter (2016): Die brisante Rolle von Twitter und Facebook beim Amoklauf. 23.07.2016. Online unter: <http://www.morgenpost.de/politik/article207932353/Die-brisante-Rolle-von-Twitter-und-Facebook-beim-Amoklauf.html> (10.04.17).
- Bartl, Andrea; Behmer, Markus (Hrsg.) (2017): Die Rezension. Aktuelle Tendenzen der Literaturkritik. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Biernatzki, William E.; Crowley, Jill (1995): Quality in Television Programming. In: Communication Research Trends 15. Jg., H. 1, S. 3-25.
- Bilke, Nadine (2008): Qualität in der Krisen- und Kriegsberichterstattung. Ein Modell für einen konfliktsensitiven Journalismus. Zugl. Diss. Dortmund: Universität Dortmund. Wiesbaden: VS.
- Blöbaum, Bernd (1992): Journalismus, Öffentlichkeit und Vielfalt. In: Rager, Günther; Weber, Bernd (Hrsg.): Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik. Düsseldorf u. a.: ECON, S. 150-171.
- Bonfadelli, Heinz (2002): Medieninhaltsforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Konstanz: UVK.

- Branahl, Udo (1992): Publizistische Vielfalt als Rechtsgebot. In: Rager, Günther; Weber, Bernd (Hrsg.): Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik. Düsseldorf u. a.: ECON, S. 85-109.
- Bucher, Hans-Jürgen (2000): Journalismus als kommunikatives Handeln. Grundlagen eigener handlungstheoretischen Journalismustheorie. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 245-273.
- Bundeszentrale für Politische Bildung (2012): Funktionen und Probleme der Medien. 31.05.12. Online unter: <http://www.bpb.de/politik/grundfragen/deutsche-verhaeltnisse-eine-sozialkunde/139163/funktionen-und-probleme> (05.02.17).
- Daschmann, Gregor (2009): Qualität von Fernsehnachrichten: Dimensionen und Befunde. Eine Forschungsübersicht. In: Media Perspektiven, H. 5/2009, S. 257-266.
- Die Medienanstalten (2016): Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien. 19. Rundfunkänderungsstaatsvertrag. Online unter: <http://www.die-medienanstalten.de/service/rechtsgrundlagen/gesetze.html> (22.03.17).
- Donsbach, Wolfgang (2009): Journalist. In: Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. 5. aktual. Aufl. Frankfurt a. M.: Fischer, S. 81-128.
- Donsbach, Wolfgang; Obermüller, Anja (2010): Demokratischer Wert von Medienpublika. Ein empirisches Gedankenspiel am Beispiel der taz-Leser. In: Publizistik, 55. Jg. H. 4, S. 345-364.
- Duden (2017): Qualität. Online unter: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Qualitaet> (10.01.17).
- Engesser, Sven (2013): Die Qualität des Partizipativen Journalismus im Web. Bausteine für ein integratives theoretisches Konzept und eine explanative empirische Analyse. Zugl. Diss. München: LMU. Wiesbaden: VS.

- Fabris, Hans Heinz (2000): Vielfältige Qualität. Theoretische Ansätze und Perspektiven der Diskussion um Qualität im Journalismus. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 363-374.
- Fox, Carl (2013): Public Reason, Objectivity, and Journalism in Liberal Democratic Societies. In: *Res Publica*, 19. Jg., H. 3, S. 257–273.
- Gerhards, Jürgen; Neidhardt, Friedhelm (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. Discussion Paper, FS III 90-101. Berlin: WZB. Online unter: http://www.polsoz.fu-berlin.de/soziologie/arbeitsbereiche/makrosoziologie/mitarbeiter/lehrstuhlinhaber/juergen_gerhards.html (20.12.16).
- Göpfert, Winfried (1993): Publizistische Qualität: ein Kriterien-Katalog. In: Bammé, Arno; Kotzmann, Ernst; Reschenberg, Hasso (Hrsg.): Publizistische Qualität. Probleme und Perspektiven ihrer Bewertung. München, Wien: Profil, S. 99-109.
- Hagen, Lutz M. (1995): Informationsqualität von Nachrichten. Meßmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen. Opladen: Westdeutscher Verlag (= Studien zur Kommunikationswissenschaft, Bd. 6).
- Hagelweide, Gert (2002): Stielerei: Zeitungs Lust und Nutz. In: Holtz-Bacha, Christina; Kutsch, Arnulf (Hrsg.): Schlüsselwerke der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 422-424.
- Handstein, Holger (2010): Qualität im lokalen Zeitungsjournalismus. Theoretischer Entwurf und empirische Fallstudie. Zugl. Diss. Dortmund: TU Dortmund. München: AVM.
- Hasebrink, Uwe (1997): Die Zuschauer als Fernsehkritiker? Anmerkungen zum vermeintlichen Mißverhältnis zwischen „Qualität“ und „Quote“. In: Weßler, Hartmut et al. (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Dieter Roß zum 60. Geburtstag. Wiesbaden: VS, S. 201-215.

- Heinrich, Jürgen (2010): Medienökonomie. Band 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt. 3. Aufl. Wiesbaden: VS.
- Held, Barbara; Ruß-Mohl, Stephan (2000): Bilanzierender Ausblick. Qualität durch Kommunikation. In: dies. (Hrsg.): Qualität durch Kommunikation sichern. Vom Qualitätsmanagement zur Qualitätskultur. Erfahrungsberichte aus Industrie, Dienstleistung und Medienwirtschaft. Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch, S. 362-376.
- Hermes, Sandra (2006): Qualitätsmanagement in Nachrichtenredaktionen. Köln: Halem.
- Hohlfeld, Ralf (2003): Objektivierung des Qualitätsbegriffs. Ansätze zur Bewertung von Fernsehqualität. In: Bucher, Hans-Jürgen; Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 203-221.
- Jarren, Otfried (2008): Massenmedien als Intermediäre. Zur anhaltenden Relevanz der Massenmedien für die öffentliche Kommunikation. In: M&K, 56. Jg., H. 3-4, S. 329-346.
- Jarren, Otfried; Martina, Vogel (2011): „Leitmedien“ als Qualitätsmedien. Theoretisches Konzept und Indikatoren. In: Blum, Roger; Bonfadelli, Heinz; Imhof, Kurt; Jarren, Otfried (Hrsg.): Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Wiesbaden: VS, S. 17-29.
- Jungnickel, Katrin (2011): Nachrichtenqualität aus Nutzersicht. Ein Vergleich zwischen Leserurteilen und wissenschaftlich-normativen Qualitätsansprüchen. In: M&K, 59. Jg., H. 3, S. 360-378.
- Kleinsteuber, Hans J. (2013): Normativität und Medienpolitik. In: Matthias Karmasin, Matthias; Rath, Matthias; Thomaß, Barbara (Hrsg.): Normativität in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: VS, S. 171-190.
- Korbmann, Rainer (1993): Was ist journalistische Qualität? In: Bammé, Arno; Kotzmann, Ernst; Reschenberg, Hasso (Hrsg.): Publizistische Qualität. Probleme und Perspektiven ihrer Bewertung. München, Wien: Profil, S. 99-109.

- Köster, Jan; Wolling, Jens (2006): Nachrichtenqualität im internationalen Vergleich. Operationalisierungen und empirische Ergebnisse. In: Weischenberg, Siegfried; Loosen, Wiebke; Beuthner, Michael (Hrsg.): Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung. Konstanz: UVK (= Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 33), S. 75-94.
- Langenbucher, Wolfgang R. (1984): Qualitätssicherung im Journalismus. In: Selbmann, Hans-Konrad (Hrsg.): Qualitätssicherung ärztlichen Handelns. Gerlingen: Bleicher (= Beiträge zur Gesundheitsökonomie, Bd. 16), S. 23-31.
- Löffelholz, Martin; Quandt, Thorsten (2000): Geschlecht – Ethik – Qualität: Ausgewählte Problemfelder. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 327-331.
- Maurer, Torsten (2005): Fernsehrichten und Nachrichtenqualität. Eine Längsschnittstudie zur Nachrichtenentwicklung in Deutschland. Zugl. Diss. Berlin: Freie Universität Berlin. München: Reinhard Fischer (= Angewandte Medienforschung, Schriftenreihe für die Kommunikationswissenschaft, Bd. 32).
- Mayer, Angelika (2013): Qualität im Zeitalter von TV 3.0. Die Debatte zum öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Zugl. Diss. München: Ludwig-Maximilians-Universität. Wiesbaden: VS.
- McQuail, Denis (1992): Media Performance. Mass Communication And The Public Interest. London, Newbury Park, New Delhi: Sage.
- Mehlis, Katja (2014): Von der Sender- zur Nutzerqualität. Entwicklung einer mehrdimensionalen Skala zur Messung der Qualität von Online-Nachrichtenangeboten aus Publikumssicht. In: Loosen, Wiebke; Dohle, Marco (Hrsg.): Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung. Wiesbaden: VS, S. 253-271.
- Merten, Klaus (2014): Image, PR und Inszenierungsgesellschaft. In: Publizistik, 59. Jg., H. 1, S. 45-64.

- Meyen, Michael; Jandura, Olaf (2011): Das Publikum der Qualitätsmedien. Eine repräsentative Studie zu Reichweite, sozialer Verortung und Nutzungsmotiven. In: Blum, Roger; Bonfadelli, Heinz; Imhof, Kurt; Jarren, Otfried (Hrsg.): Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Wiesbaden: VS, S. 207-220.
- Neuberger, Christoph (2000): Journalismus als systembezogene Akteurstellung. Grundlagen einer integrativen Journalismustheorie. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 275-291.
- Neuberger, Christoph (2011): Definition und Messung publizistischer Qualität im Internet. Herausforderungen des Drei-Stufen-Tests. Berlin: Vistas.
- Neumüller, Marlies; Gonser, Nicole (2013): Alles anders? Unterscheidbarkeit als Kriterium für Public Value. In: Gonser, Nicole (Hrsg.): Die multimediale Zukunft des Qualitätsjournalismus. Wiesbaden: VS, S. 15-34.
- News Aktuell; DPA (2009): Christian Sievers neuer Leiter des ZDF-Auslandstudios in Israel, 30.09.2009. Online unter: <http://www.presseportal.de/pm/7840/1485167> (03.02.17).
- Piechotta, Beatrice (2008): PsyQM. Qualitätsmanagement für psychotherapeutische Praxen. Berlin, Heidelberg: Springer Science & Business Media.
- Pöttker, Horst (2000): Kompensation von Komplexität. Journalismustheorie als Begründung journalistischer Qualitätsmaßstäbe. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 375-390.
- Pöttker, Horst (2003): Nachrichten und ihre kommunikative Qualität. Die "umgekehrte Pyramide" – Ursprung und Durchsetzung eines journalistischen Standards. In: Publizistik, 48. Jg., H. 4, S. 414-426.
- Quandt, Thorsten (2004): Qualität als Konstrukt. Entwicklung von Qualitätskriterien im Onlinejournalismus. In: Beck, Klaus; Schwei-

- ger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.): Gute Seiten – schlechte Seiten. Qualität in der computervermittelten Kommunikation. München: Reinhard Fischer (= InternetResearch, Bd. 15), S. 58-79.
- Rager, Günther (1994): Dimensionen der Qualität. Weg aus den allseitig offenen Richter-Skalen? In: Bentele, Günter; Hesse, Kurt R. (Hrsg.): Publizistik in der Gesellschaft. Festschrift für Manfred Rühl. Konstanz: UVK (= Schriftenreihe der Stiftervereinigung Presse: Journalismus, Bd. 35 n. F.), S. 189-209.
- Rössler, Patrick (2011): Skalenhandbuch Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: VS.
- Ruß-Mohl, Stephan (1992): Am eigenen Schopfe...Qualitätssicherung im Journalismus – Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche. In: Publizistik, 37. Jg., H. 1, S. 83-96.
- Ruß-Mohl (1994): Der I-Faktor: Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus: Modell für Europa? Zürich: Edition Interform (= Texte + Thesen, Bd. 260).
- Ruß-Mohl, Stephan (1996): Am eigenen Schopfe...Qualitätssicherung im Journalismus - Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Ethik der Massenmedien. Wien: Wilhelm Braumüller (= Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 10), S. 100-114.
- Saxer, Ulrich (2000): Zur Journalismus-Qualitätsdiskussion. In: Held, Barbara; Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.): Qualität durch Kommunikation sichern. Vom Qualitätsmanagement zur Qualitätskultur. Erfahrungsberichte aus Industrie, Dienstleistung und Medienwirtschaft. Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch, S. 189-215.
- Schatz, Heribert; Schulz, Winfried (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: Media Perspektiven 23. Jg. H. 11, S. 690-712.
- Schröter, Detlef (1995): Qualität und Journalismus. Theoretische und praktische Grundlagen des journalistischen Handelns. München: R. Fischer (= Kommunikation und Gesellschaft, Bd. 1).

- Schulz, Winfried (2011): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 3. überarb. Aufl. Wiesbaden: VS.
- Schulze, Rudolf (1993): Qualität ist, was sich verkauft. In: Bammé, Arno; Kotzmann, Ernst; Reschenberg, Hasso (Hrsg.): Publizistische Qualität. Probleme und Perspektiven ihrer Bewertung. München, Wien: Profil, S. 235-255.
- Schweiger, Wolfgang; Urban, Juliane (2014): Leser binden durch Qualität – welche Qualitätsdimensionen einer Nachricht erkennen Mediennutzer? In: Universität Hohenheim; Schader Stiftung; dies. (Hrsg.): Nachrichten und Qualität. Was Mediennutzer vom Journalismus erwarten und wie sie dessen Leistung beurteilen (können). Dokumentation der Tagung, Darmstadt, Februar 2014. S. 27-33.
- Schweiger, Wolfgang (2007): Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. Wiesbaden: VS.
- Schweiger, Wolfgang; Urban, Juliane (2013): Projektzusammenfassung. Nachrichtenqualität aus Rezipientensicht. Online unter: <https://www.tu-ilmeneau.de/pr/forschung/abgeschlossene-projekte/abgeschlossene-akademische-projekte/dfg-projekt-nachrichtenqualitaet-aus-rezipientensicht/> (25.02.17).
- Schwer, Katja (2006): 'Problemzonen' der Qualitätsforschung. Zur Messung von journalistischer Objektivität. In: Weischenberg, Siegfried; Loosen, Wiebke; Beuthner, Michael (Hrsg.): Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung. Konstanz: UVK (= Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 33), S. 347-365.
- Scott, Eugene; CNN (2017): McCain: Dictators 'get started by suppressing free press'. 20.02.2017. Online unter: <http://edition.cnn.com/2017/02/18/politics/john-mccain-donald-trump-dictators/> (24.02.17)
- Serong, Julia (2015): Medienqualität und Publikum. Zur Entwicklung einer integrativen Qualitätsforschung. Zugl. Diss. Berlin: Freie Uni-

- versität Berlin. Konstanz, München: UVK (= Forschungsfeld Kommunikation, Bd. 36).
- Sommer, Denise (2010): Nachrichten im Gespräche. Wesen und Wirkung von Anschlusskommunikation über Fernsehnachrichten. Baden-Baden: Nomos/Edition Reinhard Fischer (= Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 20).
- Stiller, Gudrun (2015): Qualität. Online unter: <http://www.wirtschaftslexikon24.com/d/qualitaet/qualitaet.htm> (10.01.17)
- Stöber, Rudolf (2002): Erhält der „Prosumer“ „Access“ zur „Informationsgesellschaft“? Zur Evolution der Medien. In: Baum, Achim; Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): Fakten und Fiktionen. Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten. Konstanz: UVK (= Schriftenreihe der DGPK, Bd. 29), S. 490-498.
- Stöber, Rudolf (2008): Kommunikations- und Medienwissenschaften. Eine Einführung. München: C. H. Beck (= beck'sche Reihe, Bd. 1798).
- Trepte, Sabine (2008): Medienkompetenz. In: Krämer, Nicole C. et al. (Hrsg.): Medienpsychologie: Schlüsselbegriffe und Konzepte. 2. überarb. und erw. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer, S. 102-107.
- Universität Hohenheim, Institut für Kommunikationswissenschaft (2016): Projekt: Nachrichtenqualität aus Rezipientensicht, 01.04.2010 - 31.12.2014, Wolfgang Schweiger und Juliane Urban. Online unter: <https://kowi.uni-hohenheim.de/organisation/projekt/nachrichtenqualita776t-aus-rezipientensicht> (19.03.17).
- Vlašić, Andreas (2004): Über Geschmack lässt sich nicht streiten – über Qualität schon? Zum Problem der Definition von Maßstäben für publizistische Qualität. In: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner (Hrsg.): Gute Seiten – schlechte Seiten. Qualität in der computervermittelten Kommunikation. München: Reinhard Fischer (= InternetResearch, Bd. 15), S. 15-31.
- Voigt, Juliane (2016): Nachrichtenqualität aus Sicht der Mediennutzer. Wie Rezipienten die Leistung des Journalismus beurteilen können. Zugl. Diss. Hohenheim: Universität Hohenheim. Wiesbaden: VS.

- Voltmer, Katrin (1998/99): Medienqualität und Demokratie. Eine empirische Analyse publizistischer Informations- und Orientierungsleistungen in der Wahlkampfkommunikation. Zugl. Diss. Berlin: Freie Universität Berlin. Baden-Baden: Nomos (= Nomos Universitätsschriften: Politik, Bd. 94).
- Vowe, Gerhard; Wolling, Jens (2004): Radioqualität – was die Hörer wollen und was die Sender bieten. Vergleichende Untersuchung zu Qualitätsmerkmalen und Qualitätsbewertungen von Radioprogrammen und Thüringen, Sachsen-Anhalt und Hessen. München: kopaed (= TLM Schriftenreihe, Bd. 17).
- Wallisch, Gianluca (1995): Journalistische Qualität. Definitionen – Modelle – Kritik. Konstanz: UVK (= Forschungsfeld Kommunikation, Bd. 6).
- Weischenberg, Siegfried (1988): Nachrichtenschreiben. Journalistische Praxis zum Studium und Selbststudium. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, Siegfried (2006a): Medienqualitäten. Zur Einführung in den kommunikationswissenschaftlichen Diskurs über Maßstäbe und Methoden zur Bewertung öffentlicher Kommunikation. In: ders.; Loosen, Wiebke; Beuthner, Michael (Hrsg.): Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung. Konstanz: UVK (= Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 33), S. 9-34.
- Weischenberg, Siegfried (2006b): Qualitätssicherung – Qualitätsstandards für Medienprodukte. In: Scholz, Christian (Hrsg.): Handbuch Medienmanagement. Eine interdisziplinäre Herangehensweise. Berlin, Heidelberg: Springer, S. 663-685.
- Wellbrock, Christian-Mathias; Klein, Konstantin (2014): Journalistische Qualität – eine empirische Untersuchung des Konstrukts mithilfe der Concept Map Methode. In: Publizistik, 59. Jg., H. 4, S. 387-410.
- Westerstahl, Jörgen (1983): Objective News Reporting. General Premises. In: Communication Research, 10. Jg., H. 3, S. 403-424.

- Wilke, Jürgen (2003): Zur Geschichte der journalistischen Qualität. In: Bucher, Hans-Jürgen; Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 35-54.
- Wildenmann, Rudolf; Kaltefleiter, Werner (1965): Funktionen der Massenmedien. Frankfurt a. M., Bonn: Athenäum. (= Demokratische Existenz heute. Schriften des Forschungsinstituts für politische Wissenschaft an der Universität zu Köln, Bd. 12).
- Wunden, Wolfgang (2003): Medienethik – normative Grundlage der journalistischen Praxis? In: Bucher, Hans-Jürgen; Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 55-77.
- Wolling, Jens (2002): Aufmerksamkeit durch Qualität? Empirische Befunde zum Verhältnis von Nachrichtenqualität und Nachrichtennutzung. In: Baum, Achim; Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): Fakten und Fiktionen. Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten. Konstanz: UVK (= Schriftenreihe der DGPK, Bd. 29), S. 202-216.
- Wolling, Jens (2006): Medienqualität aus Rezipientensicht. Test eines qualitätsbasierten Selektionsmodells im Rahmen eines Mehr-Methoden-Projekts. In: Weischenberg, Siegfried; Loosen, Wiebke; Beuthner, Michael (Hrsg.): Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung. Konstanz: UVK (= Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 33), S. 457-475.
- Wyss, Vinzenz (2000): Qualitätsmanagement im Journalismus: Das Konzept TQM auf Redaktionsstufe. In: Medienwissenschaft Schweiz. 100. Jg., H. 1, S. 21-30.
- Wyss, Vinzenz (2002): Redaktionelles Qualitätsmanagement. Ziele, Normen, Ressourcen. Konstanz: UVK.
- Wyss, Vinzenz (2011): Klaus Arnold: Qualitätsjournalismus (Rezension vom 23.03.2011). In: rezensionen:kommunikation:medien. Online unter: <http://www.rkm-journal.de/archives/630> (07.03.2017).

- ZDF Leute heute spezial (2017): Deutscher Fernsehpreis 2017, Kategorie „Beste Information“, Minute 24:45. Online unter: <https://www.zdf.de/nachrichten/leute-heute/leute-heute-spezial-vom-2-februar-2017-100.html> (03.02.17).
- Zubayr, Camille; Geese, Stefan (2009): Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zur Bewertung der Fernsehnachrichten. In: *Media Perspektiven*, H. 4/2009, S. 158-173.
- Zubayr, Camille; Geese, Stefan (2013): Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zur Bewertung der Fernsehnachrichten. In: *Media Perspektiven*, H. 6/2013, S. 322-338.

Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen

Abbildung 1: Journalistische Qualität: Definition und Kriterien.....	41
Abbildung 2: Publizist. Qualität: multidimensional/-perspektivisch.	43
Abbildung 3: Ziele und Kriterien der Qualitätsbewertung.....	53
Abbildung 4: Wissensch. Qualitätskriterien in Studien u.Katalogen.	83
Tabelle 1: Überblick der 20 Kriterienkataloge (eigene Darstellung).	80

Anhang: Annotierte Bibliografie

Diese annotierte Bibliografie enthält weitere Studien, die das Forschungsfeld ergänzen, aber nicht im Hauptteil der Arbeit analysiert wurden.

Analyse einzelner Qualitätskriterien

Engesser, Sven; Brüggemann, Michael (2016): Falsche Ausgewogenheit? Eine journalistische Berufsnorm auf dem Prüfstand. In: Werner, Petra; Rinsdorf, Lars; Pleil, Thomas; Altmeyen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Verantwortung – Gerechtigkeit – Öffentlichkeit. Normative Perspektiven auf Kommunikation. Konstanz, München: UVK (= Schriftenreihe der DGPK, Bd. 43), S. 51-63.

Meier, Klaus; Reimer, Julius (2011): Transparenz im Journalismus. Instrumente, Konfliktpotentiale, Wirkung. In: Publizistik, 56. Jg., H. 2, S. 133-155.

Ulrich, Anne (2007): ‚Credibility is the Message‘. Zur visuellen Rhetorik von Kriegskorrespondentendarstellungen in Fernsehnachrichten. In: Korte, Barbara; Tonn, Horst (Hrsg.): Kriegskorrespondenten. Wiesbaden: VS, S. 339-357.

Medienimage und Qualitätsmedien

Förster, Kati (2015): An Audience-Centered Perspective on Media Brands: Theoretical Considerations, Empirical Results and ‘White Spaces’. In: Siegert, Gabriele et. al. (Hrsg.): Handbook of Media Branding. Cham: Springer International Publishing, S. 281-293.

Herger, Nikodemus (2006): Vertrauen und Organisationskommunikation. Identität – Marke – Image – Reputation. Wiesbaden: VS.

Kamber, Esther; Imhof, Kurth (2011): Qualitätsmedien sind Wissensvermittler. In: Blum, Roger; Bonfadelli, Heinz, Imhof, Kurt; Jarren, Otfried (Hrsg.): Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Wiesbaden: VS, S. 131-149.

- Landmeier, Christine; Daschmann, Gregor (2011): Im Seichten kann man nicht ertrinken? Boulevardisierung in der überregionalen deutschen Qualitätspresse. In: Blum, Roger; Bonfadelli, Heinz, Imhof, Kurt; Jarren, Otfried (Hrsg.): Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Wiesbaden: VS, S. 177-191.
- Lobigs, Frank (2015): An Economic Theory of Media Brands. In: Siegart, Gabriele et. al. (Hrsg.): Handbook of Media Branding. Cham: Springer International Publishing, S. 373-386.
- Schenk, Michael; Mangold, Frank (2011): Entscheider, Meinungsführer und Qualitätsmedien – Die Bedeutung der Qualitätspresse für Entscheidungsträger in Wirtschaft und Gesellschaft. In: Blum, Roger; Bonfadelli, Heinz, Imhof, Kurt; Jarren, Otfried (Hrsg.): Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Wiesbaden: VS, S. 239-254.

Qualität der Onlinemedien

- Meier, Klaus (2003): Qualität im Onlinejournalismus. In: Bucher, Hans-Jürgen; Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 247-267.
- Woldt, Runar (2011): Öffentlich-rechtliche Onlineangebote. Keine Gefahr für den Wettbewerb. Erkenntnisse aus den Marktgutachten im Rahmen des Drei-Stufen-Tests. In: Media Perspektiven, H. 2/2011, S. 66-79.

Qualität der Printmedien

- Beck, Klaus; Reineck, Dennis; Schubert, Christiane (2010): Journalistische Qualität in der Wirtschaftskrise. Eine Studie im Auftrag des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes (DFJV). Berlin: Freie Universität Berlin.
- Scheufele, Bertram; Brosius, Hans-Bernd (2002): Die Qualität der Kunden-Berichterstattung. Gibt es einen Zusammenhang mit fremdenfeindlicher Gewalt? In: Baum, Achim; Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.):

Fakten und Fiktionen. Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten.
Konstanz: UVK (= Schriftenreihe der DGPK, Bd. 29), S. 114-126.

Qualität des Rundfunks

Bucher, Hans-Jürgen; Barth, Christof (2003): Qualität im Hörfunk. Grundlagen einer funktionalen und rezipientenorientierten Evaluierung. In: Bucher, Hans-Jürgen; Altmeyen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 223-242.

Bucher, Hans-Jürgen; Huggenberger, Maria; Sauter, Martin; Schumacher, Peter (2012): Publizistische Qualität im lokalen Fernsehen. Eine sendungsbezogene Rezeptionsstudie. Baden-Baden: Nomos (= Angewandte Medienforschung, Bd. 53).

Krüger, Udo Michael (2014): InfoMonitor 2013. Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. In: Media Perspektiven, H. 2/2014, S. 62-93.

Linder, Bernadette (2011): Terror in der Medienberichterstattung. Wiesbaden: VS.

Rössler, Patrick; Vowe, Gerhard; Henle, Victor (2001) (Hrsg.): Das Geräusch der Provinz – Radio in der Region. Festschrift 10 Jahre TLM. München: kopaed (= Schriftenreihe TLM, Bd.13).

Qualitätsforschung und Methoden

Wilke, Jürgen (2008): Nachrichtenberichterstattung im internationalen Vergleich. In: Melischek, Gabriele; Seethaler, Josef; Wilke, Jürgen (Hrsg.): Medien und Kommunikationsforschung im Vergleich. Grundlagen, Gegenstandsbereiche, Verfahrensweisen. Wiesbaden: VS, S. 237-252.

Woldt, Runar (1992): Probleme der Messung von Vielfalt. In: Rager, Günther; Weber, Bernd (Hrsg.): Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik. Mehr Medien – mehr Inhalte? Düsseldorf et al.: ECON (= Schriftenreihe der Pressestiftung NRZ), S. 186-211.

Qualitätssicherung, -kontrolle, -management

Anger, Heike (2010): Der europäische I-Faktor: Qualitätssicherung im Journalismus auf europäischer Ebene. Eine Infrastrukturanalyse. Zugl. Diss. Freie Universität Berlin.

Rezipientensicht und Rezipientenrollen im Journalismus

Berdi, Christian; Ebert, Alexander; Faust, Gerrit; Gaber, Thorsten (1992): Hauptsache gut aufgesetzt?! Qualität und Qualitätsurteile im Lokalen. Zugl. Diplomarbeit (unveröff.) Universität Dortmund.

Bruns, Axel (2010): From Reader to Writer: Citizen Journalism as News Producers. In: Hunsinger, Jeremy; Klastrup, Lisbeth; Allen, Matthew M. (Hrsg.): International Handbook of Internet Research. Dordrecht: Springer Netherlands, S. 119-133.

Donsbach, Wolfgang; Rentsch, Mathias; Schielicke, Anna-Maria; Degen, Sandra (2009): Entzauberung eines Berufs. Was die Deutschen vom Journalismus erwarten und wie sie enttäuscht werden. Konstanz: UVK.

Gehrau, Volker (2008): Fernsehbewertung und Fernsehhandlung. Ansätze und Daten zu Erhebung, Modellierung und Folgen von Qualitätsurteilen des Publikums über Fernsehangebote. München: Reinhard Fischer (= Rezeptionsforschung, Bd. 15).

Gleich, Uli; ARD-Forschungsdienst (2004): Medien- und Programmqualität aus Zuschauersicht. In: Media Perspektiven, H. 12/2004, S. 594-598.

Herzog, Anja; Hasebrink, Uwe; Eilders, Christian (2006): Medien-Qualitäten aus Sicht des Publikums. Europas Mediennutzer zwischen Konsum, Kritik und Partizipation. In: Weischenberg, Siegfried; Loosen, Wiebke; Beuthner, Michael (Hrsg.): Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung. Konstanz: UVK (= Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 33), S. 399-414.

- Jandura, Olaf; Brosius, Hans-Bernd (2011): Wer liest sie (noch)? Das Publikum der Qualitätszeitungen. In: Blum, Roger; Bonfadelli, Heinz, Imhof, Kurt; Jarren, Otfried (Hrsg.): Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Wiesbaden: VS, S. 195-206.
- Reitze, Helmut; Ridder, Christa-Maria (2006): Massenkommunikation VII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2005. Baden-Baden: Nomos (= Schriftenreihe Media Perspektiven, Bd. 19).
- Schenk, Michael; Gralla, Susanne (1993): Qualitätsfernsehen aus Sicht des Publikums. Literaturrecherche zum Forschungsstand. In: Media Perspektiven, H. 1/1993, S. 8-15.
- Schmitt, Josephine B. (2016): Lernen aus Überzeugung. Die Bedeutung von subjektiver Medienqualität und Selbstwirksamkeit für das politische Wissen. In: Werner, Petra; Rinsdorf, Lars; Pleil, Thomas; Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Verantwortung – Gerechtigkeit – Öffentlichkeit. Normative Perspektiven auf Kommunikation. Konstanz, München: UVK (= Schriftenreihe der DGPK, Bd. 43), S. 185-193.
- Scholl, Armin; Malik, Maja; Gehrau, Volker (2014): Journalistisches Publikumsbild und Publikumserwartungen. Eine Analyse des Zusammenhangs von journalistischen Vorstellungen über das Publikum und Erwartungen des Publikums an den Journalismus. In: Loosen, Wiebke; Dohle, Marco (Hrsg.): Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung. Wiesbaden: VS, S. 17-33.
- Stark, Birgit (2013): Qualitätsmedien und ihr Publikum in Zeiten des Medienwandels – das Fallbeispiel ORF. In: Gonser, Nicole (Hrsg.): Die multimediale Zukunft des Qualitätsjournalismus. Wiesbaden: VS, S. 53-67.
- Trepte, Sabine; Reinecke, Leonard; Behr, Katharina-Maria (2008): Qualitätserwartungen und ethischer Anspruch bei der Lektüre von Blogs und von Tageszeitungen. In: Publizistik, 53. Jg., H. 4, S. 509-534.

Troxler, Regula (2013): Was Jugendliche vom ORF erwarten. Eine Exploration. In: Gonser, Nicole (Hrsg.): Die multimediale Zukunft des Qualitätsjournalismus. Wiesbaden: VS, S. 69-88.



University
of Bamberg
Press

Seit Jahrzehnten forscht die Kommunikationswissenschaft zum Thema Nachrichtenqualität. Zeit für einen Überblick: Wie wird Qualität im Journalismus hergestellt, gesichert und gemessen? Welche Standards erkennen und fordern Medienutzer? Die Synopse vergleicht 20 Studien und analysiert sie anhand verschiedener Ansätze (Demokratietheorien, Handlungstheorien, Publikumperspektive). Der Literaturstand wird im Modell der „Publizistischen Qualität“ anhand von drei Qualitätsdimensionen (Inhalte, Strukturen, Akteure) systematisiert und visualisiert.

Als Forschungstrend kristallisiert sich ein Fokus auf die Qualitätserwartungen des Publikums heraus. Das ursprüngliche ökonomische Publikumbild ignoriert normative Qualitätsforderungen der Rezipienten als Bürger und bedarf daher der Revision. Durch die Digitalisierung emanzipieren sich Rezipienten von Konsumenten zu „Prosumenten“: Sie werden zu „Inhalte produzierenden Akteuren“ im Mediensystem, womit sich neue Erwartungen und Handlungsräume öffnen.

Im Sinne einer lösungsorientierten Kommunikationswissenschaft liefert dieses Buch Anregungen für Medienpraktiker, zeigt Potenziale der Forschung auf und fordert vor dem Hintergrund der aktuellen Glaubwürdigkeitsdebatte die Förderung von Medienkompetenz beim Publikum.

ISBN: 978-3-86309-586-4



9 783863 095864

www.uni-bamberg.de/ubp/