

→ Zusammenfassungen

Udo Michael Krüger/
Thomas Zapf-
Schramm
**Wandel der Unterhal-
tungsformate im Fern-
sehen bei robuster
Spartenstruktur**
Programmanalyse
2002/I.
MP 3/2003,
S. 102-114

Die Programmanalyse des Jahres 2002 zeigt beim Vergleich mit dem Vorjahr relativ geringe Verschiebungen auf der Ebene der Programmsparten. Sowohl die öffentlich-rechtlichen als auch die privaten Angebote weisen weiterhin ihre charakteristischen Schwerpunkte auf: ARD/Das Erste und ZDF speziell im Bereich Information; RTL, SAT.1 und ProSieben in der Unterhaltung.

Die wenigen Veränderungen in der Verteilung der Sparten lassen sich bei ARD/Das Erste und ZDF vor allem auf mehrere wichtige Ereignisse zurückführen, die das Fernsehjahr 2002 prägten. Dies waren zum einen internationale Sportereignisse wie die Winter-Olympiade, die Fußball-WM und die Leichtathletik-EM, zum anderen die Flutkatastrophe im Sommer und die Bundestagswahl im September. Bei den Privaten machten sich die Sportereignisse in den Spartenprofilen weniger bemerkbar als die Bundestagswahl.

2002 war ein Abbau der Fictionangebote gegenüber 2001 zu beobachten. Bei RTL und SAT.1 wurde dafür verstärkt Werbung bzw. Teleshopping ausgestrahlt, bei ProSieben wurde Fiction vor allem durch nonfiktionale Unterhaltung ersetzt. Insgesamt ist bei ARD/Das Erste und ZDF mit einem stabilen Informationsanteil von jeweils über 40 Prozent und einem Fictionanteil um 26 Prozent ein ähnliches Spartenprofil erkennbar. Die Privaten unterscheiden sich hiervon, aber auch untereinander, deutlich. RTL hatte 2002 unter den Privaten den höchsten Informationsanteil (20%), bei SAT.1 nahmen Fiction und Nonfiction-Unterhaltung einen gleich hohen Anteil ein (je rund 25%), ProSieben ist weiterhin der Sender mit dem eindeutig höchsten Fictionanteil (über 43%).

Stärker als bei den Programmsparten traten 2002 Veränderungen gegenüber 2001 in den Sendungsformen hervor. So weitete beispielsweise das ZDF seine Berichte, Dokumentationen und Ereignisübertragungen aus. Bei SAT.1 ist ein deutlicher Anstieg bei Reality/Dokuinszenierungen festzustellen. ProSieben erhöhte die Sendezeit für Show und Comedy. Im Bereich der Information zeigte sich auch 2002 bei ARD/Das Erste und ZDF ein erheblich breiteres Spektrum an Sendungsformen, die vor allem auch der Informationstiefe zugute kommen.

Maria Gerhards/
Walter Klingler
**Mediennutzung in der
Zukunft**
Eine Prognose auf
der Basis aktueller
Daten.
MP 3/2003,
S. 115-130

Die Bundesbürger verbringen inzwischen rund achteinhalb Stunden pro Tag mit der Nutzung von Medien, dies bedeutet eine starke Zunahme in den letzten Jahren. Auf der Datenbasis mehrerer Studien und Quellen (Langzeitstudie Massenkommunikation, Media-Analyse (Radio), AGF/GfK Fernsehforschung, ARD/ZDF-Online-Studien, SWR-Studie Informationsverhalten der Deutschen 2002, Untersuchungsreihe Jugend, Information und (Multi-)Media (JIM)) unternimmt die vorliegende Sekundäranalyse den Versuch einer Prognose zur Nutzung der tagesaktuellen Medien Fernsehen,

Hörfunk, Tageszeitung und Internet, wie sie bis zum Jahr 2008 bzw. 2010 zu erwarten ist. Die bisherige Entwicklung wird anhand von vier Bevölkerungsgruppen, die Veränderungsprozesse offensichtlich schneller vollziehen als der Rest der Bevölkerung (Early Adopters, Moderne Performer, Jugendliche und Onliner), nachgezeichnet und für die Gesamtbevölkerung in die Zukunft projiziert.

Demnach sind für die nahe Zukunft folgende Tendenzen wahrscheinlich: Die Ausstattung der Haushalte mit Mediengeräten wird sich weiter ausdifferenzieren, insbesondere wird es zu einer weiteren Ausbreitung von PC und Internet kommen. Gemessen an der Häufigkeit der Anwendung dürften PC und Internet weiter in den Alltag integriert werden, wobei die Konkurrenz für die Tageszeitung größer ist als für Hörfunk und Fernsehen. Für die Nutzungsdauer ist in Bezug auf die PC-Verweildauer mit einer Konkurrenz um Zeitbudgets, das heißt mit leichten Rückgängen der Nutzungsdauer bei Radio und Fernsehen zu rechnen. Dennoch werden alle tagesaktuellen Medien mittelfristig ihre Kernkompetenzen behaupten, das Internet könnte sich darüber hinaus für immer mehr Menschen gemeinsam mit dem Radio zum „Newsticker“ über den Tag hinweg entwickeln. Zwar wird sich die Bindung an Hörfunk und Fernsehen etwas lockern, aber die prinzipielle Wertschätzung dieser Medien wird hierunter nicht leiden. Deutliche Probleme zeichnen sich am ehesten für die Tageszeitungen ab, während sich das Internet (ergänzend) einer wachsenden Bindung erfreuen könnte.

Ein Kennzeichen für den Onlinejournalismus ist, dass die frühere Knappheit an Vermittlungskapazität abgelöst wird durch Knappheit an Aufmerksamkeit und Kompetenz aufseiten der Nutzer. Zudem entwickeln sich im Internet neue Angebotsformen, die im weiteren Sinn journalistische Leistungen erbringen (z.B. Weblogs, Peer-to-Peer-Angebote).

Den traditionellen Journalismus kennzeichnet eine Rollenkombination aus Kommunikator- und Mediatorrolle, mit der zugleich der Anspruch einer Qualitätssicherung verbunden ist. Journalismus im Internet verliert das Monopol, den Zugang zur Öffentlichkeit zu kontrollieren, weil jeder ohne großen Aufwand im Netz publizieren kann. Dennoch bleibt Journalismus als Instanz der Aufmerksamkeitslenkung, Orientierung und Qualitätskontrolle auch im Internet notwendig.

Onlinenutzer orientieren sich, wie Befragungen in den USA gezeigt haben, bei der Bewertung von Angeboten zwar stärker als Journalisten und Experten an Gestaltungsmerkmalen. Dennoch hat die Einhaltung journalistischer Berufsnormen für sie eine große Bedeutung. Nutzer erwarten Transparenz über Anbieter und Quellen sowie eine klare Trennung zwischen redaktionellem Teil und Werbung. Journalistische und kommerzielle Inhalte lassen sich nach ihrer Einschätzung im Internet oft nur schwer unterscheiden, und auch Transparenz

Christoph Neuberger
**Onlinejournalismus:
Veränderungen –
Glaubwürdigkeit –
Technisierung**
Eine Sekundär-
analyse bisheriger
Forschungsergebnisse
und wissenschaftlicher
Analysen.
MP 3/2003,
S. 131-138

ist nicht ausreichend gegeben. In den USA ist den Ergebnissen einer jährlichen repräsentativen Befragung zufolge das Zutrauen in die Zuverlässigkeit von Internetinformationen tendenziell rückläufig.

Empirische Studien über das Tätigkeitsprofil von Onlinejournalisten zeigen eine starke Belastung durch technische Aufgaben. Auch wenn es bereits eine Suchmaschine gibt, die ein Newsportal anbietet, welches ohne Redaktion auskommt, ist absehbar nicht damit zu rechnen, dass „Künstliche Intelligenz“ den Journalismus ablösen könnte. Dieser sollte sich – auch im Sinne seiner Uersetzbarekeit – stärker auf Kreativität und Interpretation konzentrieren.

Uli Gleich
Qualität im Journalismus am Beispiel der Kriegsberichterstattung
 Forschungsbeiträge zur Qualitätsdebatte.
 MP 3/2003,
 S. 139-148

Qualität im Journalismus wird derzeit nicht nur in der Forschung, sondern verstärkt auch in Initiativen (z.B. des DJV) diskutiert. Unabhängig von der grundsätzlichen Schwierigkeit, journalistische Qualität zu definieren und zu messen, existieren Kriterien für die journalistische Arbeit, die Qualität ermöglichen bzw. sichern sollen. Hierzu zählen professionelle Standards wie Faktentreue und Verständlichkeit, Aktualität, Sorgfalt und Eigenrecherche, Offenlegen der Berichterstattungsbedingungen und Quellenkritik sowie Objektivität (im Sinne beispielsweise der Trennung von Nachricht und Meinung, Fairness/Ausgewogenheit, Beachtung der Nachrichtenwerte und Auswahlregeln, Hinter-

grundinformation). Die Charta der Initiative Qualität im Journalismus des DJV sieht darüber hinaus u.a. Fort- und Weiterbildung, interne und externe Kritikkultur, aber auch Beiträge der Medienunternehmen zur Qualitätssicherung vor, etwa durch Erarbeitung von Zielsetzungen und Standards sowie durch sichere Arbeitsbedingungen.

Inwieweit wird journalistische Qualität unter außergewöhnlichen Bedingungen wie Kriegs- und Krisenzeiten gewährleistet? Hierzu sind vor allem im Zusammenhang mit den zurückliegenden Golfkriegen und dem Bosnien-/Kosovo-Konflikt national wie international zahlreiche (überwiegend inhaltsanalytische) Studien erschienen. Deutlich wird, dass sich sowohl in deutschen wie auch in ausländischen Medien häufig Stereotypen und Freund-Feind-Polarisierungen nachweisen lassen. An den Ergebnissen der Studien werden verschiedene Problemfelder der Kriegs- und Krisenberichterstattung sichtbar: Werden Werthaltungen und Nachrichtenagenda der Konfliktparteien oder Militärs (unreflektiert) übernommen? Werden Information und Persuasion vermischt? Inwieweit lassen sich die Medien von Konfliktparteien funktionalisieren und unterliegen deren Informationsmanagement?

Diese Problemfelder sind zum Teil auch den erschwerten Arbeitsbedingungen (bis hin zur offenen Zensur) und dem gestiegenen Zwang zur höchstmöglichen Aktualität geschuldet. Lösungsansätze werden in der reflektierten Anwendung journalistischer Qualitätskriterien sowie in der Problematisierung der Quellenlage und in verstärkter Hintergrundinformation gesehen.

