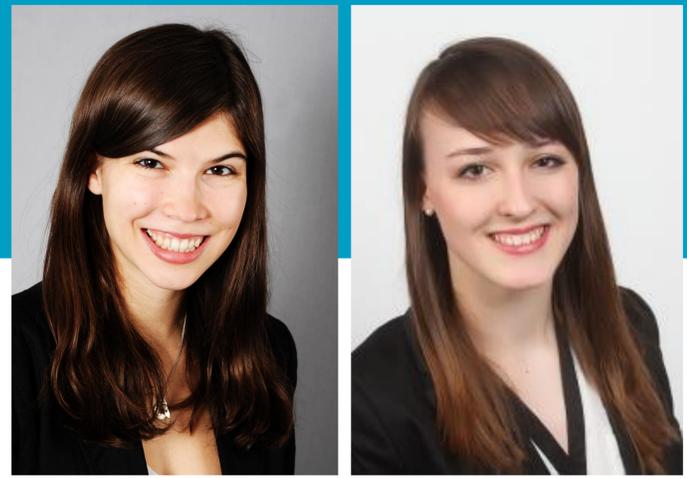


Vertrauen in Online-Journalismus

Ein konzeptionelles Modell unter Berücksichtigung der Rezipienten und des Journalismus



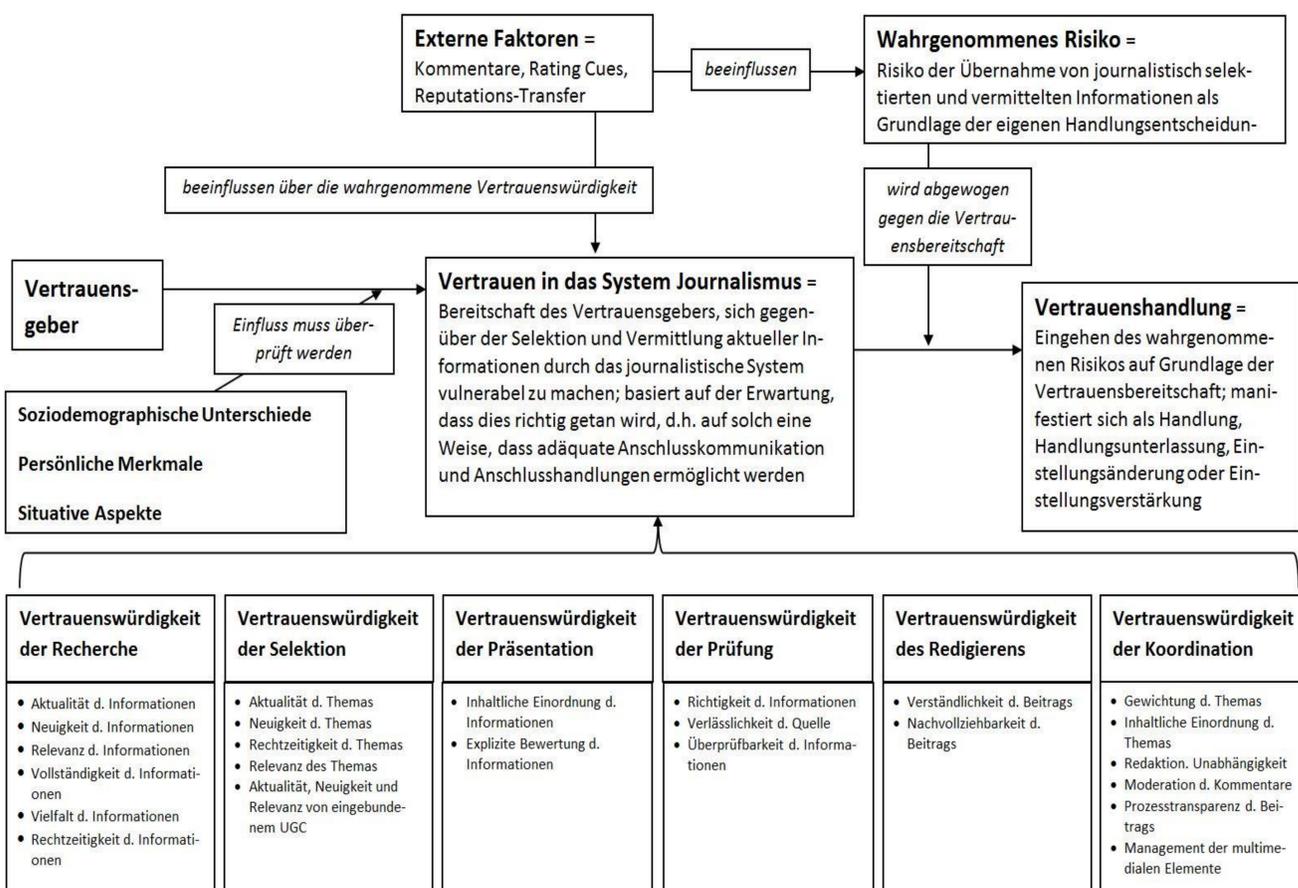
Katherine M. Grosser

Valerie Hase

Hintergrund

Die gesellschaftliche Digitalisierung ist für den Journalismus Chance und Risiko zugleich. Online-Journalismus wird immer populärer; gleichzeitig unterscheidet er sich aufgrund der mit der Digitalisierung einhergehenden Entwicklungen in vielerlei Hinsicht vom traditionellen Offline-Journalismus. Um funktions- und konkurrenzfähig zu bleiben, müssen Online- wie Offline-Medien das Vertrauen ihrer Rezipienten gewinnen und aufrechterhalten. Ohne Vertrauen in den Journalismus kann dieser weder seine gesellschaftliche Informationsfunktion erfüllen, noch Absatz erzielen. Bisher ungeklärt ist, wie sich die Vertrauenswürdigkeit von Online- und Offline-Journalismus unterscheidet. Fraglich ist zudem, welche Rolle individuelle Merkmale der Rezipienten bei der Entstehung von Vertrauen spielen.

Modell: Vertrauen in Online-Journalismus



Forschungsinteresse

- Entwicklung eines konzeptionellen Modells von Vertrauen in Online-Journalismus, das Veränderungen aufgrund der Digitalisierung sowohl beim Rezipienten als auch beim Journalismus berücksichtigt
- Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Vertrauen in Offline-Journalismus
- Erarbeitung möglicher Konsequenzen für die Journalismusforschung und Journalismuspraxis

Theoretischer Zugang

Das konzeptionelle Modell basiert auf einem systemtheoretischen Verständnis von Journalismus (Blöbaum 1994), demzufolge Journalismus die Funktion der Selektion und Kommunikation aktueller Informationen hat. Vertrauen wird aus psychologischer (Mayer et al. 1995) und soziologischer (Luhmann 1968, Giddens 1996, Kohring 2004) Perspektive betrachtet. Als Systemvertrauen richtet sich das Vertrauen der Rezipienten auf das richtige Funktionieren der journalistischen Programme. Innerhalb dieser Programme lassen sich auch die Veränderungen im Online-Journalismus verorten. Die Rezipienten werden dabei als wichtiger Teil des Systems begriffen, da sie (journalistische) Kommunikation erst vervollständigen (Luhmann 1995). Die Rezipienten als Vertrauensgeber und der Journalismus als Vertrauensnehmer nehmen dabei beide Einfluss auf die Entstehung von Vertrauen.

Ergebnisse

- Entwicklungen innerhalb des Journalismus und Merkmale der Rezipienten beeinflussen Vertrauen in Online-Journalismus
- Soziodemografische Unterschiede (v.a. Alter, Bildung, Einkommen) und politische Einstellungen (Entpolitisierung) anders als beim Offline-Journalismus eher unwichtig; allerdings vertrauen Männer Nachrichten im Netz eher als Frauen
- Individuelle Interneterfahrung bestimmte lange, ob man Online-Journalismus vertraut – inzwischen ist das Medium so sehr Mainstream, dass der Einfluss deutlich schwächer ist
- Transfereffekte: Generelle Mediennutzung und generelles Medienvertrauen sowie spezifische Nutzung wirken sich auf Vertrauen aus; Einfluss des Themas der Berichterstattung noch unklar
- Veränderungen im Online-Journalismus führen zu anderen und neuen Erwartungen an das Funktionieren journalistischer Programme: sieben bestehende Antezedenzen von Vertrauenswürdigkeit werden beeinflusst und vier neue Antezedenzen entstehen
- Veränderungen führen zu externen Faktoren: Kommentare, Rating Cues, Reputations-Transfer
- Fazit: Insgesamt schwieriger, Vertrauen im Online-Kontext als im Offline-Kontext zu erzeugen
- Ausblick: Journalismus sollte versuchen, auf Transfereffekte zu setzen, und gleichzeitig neue digitale Möglichkeiten sinnvoll nutzen, um Vertrauen zu schaffen; Anknüpfungspunkte: Auswahl von UGC, Management von Nutzerkommentaren und Multimedia-Inhalten, Prozesstransparenz

Quellen

- Blöbaum, B. (1994). Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbstständigung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Giddens, A. (1996). Konsequenzen der Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Kohring, M. (2004). Vertrauen in Journalismus. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Luhmann, N. (1968). Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag.
- Luhmann, N. (1995). Social Systems. Stanford: Stanford Univ. Press.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review, 20(3), 709-734.

