

Zusammenfassungen der Beiträge

Ute Nawratil: Glaubwürdigkeit als Faktor im Prozeß medialer Kommunikation

Der Beitrag stellt kurz die unterschiedlichen Forschungsperspektiven vor, die sich des Problems der Glaubwürdigkeit annehmen und widmet sich dann der Frage, welche Rolle Glaubwürdigkeit in der massenmedial vermittelten Kommunikation spielt, und auf welche Weise Journalisten zur Glaubwürdigkeit oder Unglaubwürdigkeit von Akteuren beitragen. Schließlich wird aufgezeigt, daß das Zustandekommen von Glaubwürdigkeit auf einem komplexen Zuschreibungsprozeß basiert, in dessen Verlauf bis zu sechs Dimensionen (Kompetenz, Vertrauenswürdigkeit, Dynamik, Ähnlichkeit, Soziale Billigung und Sympathie) relevant werden können.

Eberhard Ostermann: Das Konzept der Glaubwürdigkeit aus rhetorischer Perspektive

Um ein rhetorisches Konzept von Glaubwürdigkeit zu entwickeln, bezieht sich der Beitrag im wesentlichen auf die „Rhetorik“ von Aristoteles. Demzufolge kann die Glaubwürdigkeit einer Rede oder eines Textes als ein Zusammenspiel emotionaler, ethischer und rationaler Elemente verstanden werden, die vom Publikum oder dem Leser miteinander in Beziehung gesetzt werden, sofern er oder sie mit dem Sprecher oder Schreiber übereinstimmt.

Werner Wirth: Methodologische und konzeptionelle Aspekte der Glaubwürdigkeitsforschung

Methodisch beruht die Glaubwürdigkeitsforschung zum einen auf einer einfachen, unidimensionalen Frage und zum anderen auf multidimensionalen Erhebungen. Letztere sind meßtheoretisch zwar eindeutig vorzuziehen, in der Forschungspraxis sind allerdings eine Reihe von Schwächen und Unstimmigkeiten zu konstatieren. Beispielsweise stimmen weder die Zahl noch die Bedeutung der bislang ermittelten Glaubwürdigkeitsdimensionen überein, was vom Autor vor allem auf die mangelnde Konzeptionalisierung des Glaubwürdigkeitsbegriffes zurückgeführt wird. Um diesem Mißstand zu begegnen, wird erstens eine Definition von Glaubwürdigkeit und zweitens eine Systematisierung ihrer potentiellen Bezugsobjekte vorgeschlagen. Drittens wird ein Modell von Herbert Kelman (1961) adaptiert, das in der Lage ist, eine große Anzahl der bekannten Glaubwürdigkeitsdimensionen in einen konzeptionellen Bezugsrahmen und theoretischen Zusammenhang zu stellen.

Bertram Scheufele:

Mediendiskurs, Medienpräsenz und World Wide Web

Wie „traditionelle“ Medien die Einschätzung der Glaubwürdigkeit und andere Vorstellungen von World Wide Web und Online-Kommunikation prägen können

Der Beitrag fragt, woher Urteile über die Glaubwürdigkeit des WWW stammen und welche Rolle dabei allgemeine Vorstellungen vom Web spielen. Besonderes Augenmerk liegt auf der Bedeutung „herkömmlicher“ Medien für Glaubwürdigkeitsurteile und Image-Kreation. Ausgehend von neueren Ansätzen wie Framing und Priming wird die Rolle der Massenmedien in den Kategorien „Mediendiskurs“ und „Medienpräsenz“ verortet. Im ersten Fall interessiert, wie sich die Berichterstattung über Internet, Online oder Web auf Glaubwürdigkeitsattributionen und Images des Web auswirken kann. Im zweiten Fall geht es um Formen des Erscheinungsbilds von Internet, Online-Medien oder Web in „herkömmlichen“ Medien – z.B. das Internet als Bestandteil im Fernsehspot eines Automobilherstellers.

Wolfgang Schweiger: Medienglaubwürdigkeit – Nutzungserfahrung oder Medienimage?

Eine Befragung zur Glaubwürdigkeit des World Wide Web im Vergleich mit anderen Medien

Im Gegensatz zu den herkömmlichen Medien wie Fernsehen oder Zeitung hat die Mehrheit der deutschen Bevölkerung das WWW noch nicht selbst kennengelernt. Damit eignet sich das WWW, um zu überprüfen, wie die Beurteilung eines Mediums von konkreten Nutzungserfahrungen abhängt, und welches Glaubwürdigkeitsimage ein Medium bei Personen hat, die es nicht aus eigener Erfahrung kennen. Um die Glaubwürdigkeit des WWW bei seinen Nutzern und Nichtnutzern in Konkurrenz zum Fernsehen und zu Tageszeitungen zu untersuchen, wurde eine multimodale Befragung (face-to-face; Telefon und E-Mail; N= 540) mit verschiedenen einschlägigen Glaubwürdigkeitsmaßen durchgeführt. Die Befunde zeigen, dass die Glaubwürdigkeit des WWW von seinen Nutzern und Nichtnutzern annähernd gleich beurteilt wird. Offensichtlich entspricht die öffentliche Meinung der Nutzungsrealität. Das Publikum hat insgesamt ein durchaus positives Bild vom WWW, vertraut aber letztlich – noch – den herkömmlichen Medien mehr.

Patrick Rössler / Ekaterina Ognianova:
Die journalistische Identität
als Qualitätskriterium im World Wide Web

Ein Experiment zur Glaubwürdigkeit des Markenartikels Journalismus

Im Internet verwischen die Grenzen zwischen den Kommunikatoren, was weitreichende Implikationen für die Zuschreibung von Glaubwürdigkeit besitzt: Das „Medium“ World Wide Web vereinigt die unterschiedlichsten Anbieter, die nur zum Teil als Journalisten im klassischen Sinne verstanden werden können. Für die derzeitige Situation im World Wide Web, so die Argumentation des Beitrags, könnte dies bedeuten, daß die offenkundig journalistische Identität eines Anbieters Urteils-Transferprozesse in Gang setzt und ihm Glaubwürdigkeits- und damit auch Marktvorteile gegenüber anderen Identitäten im Web verschafft. Eine experimentelle Untersuchung liefert Belege für die Vermutung, daß den Inhalteanbietern im World Wide Web von Nutzern ein unterschiedliches Maß an Glaubwürdigkeit zugeschrieben wird (wobei die journalistische Identität einen glaubwürdigeren Eindruck hervorruft), und daß diese Zuschreibung wiederum die Wahrnehmung und Beurteilung von Informationen im World Wide Web beeinflussen kann. Außerdem deutet sich tendenziell eine Bestätigung der Transferhypothese an. Abschließend wird der Forschungsstand aufgrund verschiedener Befragungen und Experimentalstudien zur WWW-Glaubwürdigkeit zusammengefaßt und dabei nach den jeweiligen Bezugsebenen unterschieden.

Friedrich Krotz:
Anonymität als Chance und Glaubwürdigkeit als Problem

Überlegungen zu einigen elementaren Eigenschaften von Kommunikation unter den Bedingungen und Möglichkeiten im Internet

Der Text stellt einige Überlegungen zu den Konzepten 'Glaubwürdigkeit' und 'Anonymität' vor, die für jede Form der Kommunikation von Bedeutung sind, und zwar insbesondere im Hinblick auf die Entwicklung dieser Konzepte im Rahmen der sich ausbildenden Internetkommunikation. Dabei wird nicht von einem Informationstransportmodell von Kommunikation ausgegangen, sondern davon, daß jede Kommunikation eine Modifikation der Grundform des Gesprächs ist. Der Text legt die Vermutung nahe, daß aus den veränderten Kommunikationsbedingungen im Internet ganz neue Problemlagen und Konsequenzen im Hinblick auf die Bedeutung von Anonymität und Glaubwürdigkeit entstehen.

Joachim R. Höflich:
'Sex, Lügen und das Internet'

Identität und Glaubwürdigkeit in computervermittelten Beziehungen

Via Internet werden Rahmen computervermittelter Kommunikation geschaffen, die eine Kontaktnahme mit anderen, aber auch eine Kommunikation im Verborgenen – im Schutze des Computerbildschirms – und hier wiederum eine täuschende oder verheimlichende Präsentation des Selbst ermöglichen, die Face-to-Face Situationen so kaum zulassen. Nicht zuletzt stellt sich hierbei die Glaubwürdigkeitsfrage und insbesondere, wie verbindlich solche Beziehungen sind. Vorgeschlagen wird, einen solchen Rahmen computervermittelter Beziehungen gerade unter dem Vorzeichen der Unverbindlichkeit zu erklären. Gemeint ist damit nicht die Umschreibung einer kommunikativ defizienten Situation, sondern das Konstitutionsprinzip dieses Rahmens. Glaubwürdigkeit erscheint in diesem Zusammenhang kontext- oder rahmengebunden. Nicht prinzipiell muß diese zum Problem werden, sondern vor allem dann, wenn dieses Konstruktionsprinzip nicht in die gegenseitigen kommunikativen Handlungen eingeht oder wenn man diesen Rahmen hin zu einer persönlichen Face-to-Face-Kommunikation wechseln will.

Stefan Marschall:
Glaubwürdigkeit in der politischen Online-Kommunikation

Politische Netzöffentlichkeit in der „Unglaubwürdigkeitsfalle“

Je mehr sich politische Öffentlichkeit mittels Online-Kommunikation herausbildet, desto dringlicher stellt sich die Frage nach deren Glaubwürdigkeit. Der politische Handlungsbereich findet sich in der modernen Öffentlichkeit in einer Unglaubwürdigkeitsfalle wieder: Auf der einen Seite führt die Ausrichtung des Politischen an der Machtkategorie und die Politikvermittlung der Massenmedien zu niedrigen Glaubwürdigkeitswerten. Auf der anderen Seite sind politische Akteure auf Unterstützung in Form von Vertrauen angewiesen. Diese Fallensituation löst sich auf dem Internet nicht auf, wenngleich die Strukturbedingungen computervermittelter Kommunikation langfristig die Grundlage für eine Veränderung der Glaubwürdigkeitsbeziehung bieten kann. Deutlich wird aber, daß die entsprechenden Potentiale von Online-Kommunikation derzeit nur zu einem Teil umgesetzt werden und lediglich in Grenzen ihre Wirkung entfalten können.

Klaus Beck:

Bezahlen in Digitalien: Vertrauen in elektronisches Geld?

Am Beispiel des elektronischen Gelds wird untersucht, wie Vertrauen unter Bedingungen computervermittelter Kommunikation entsteht. Ausgehend von Simmels *Philosophie des Geldes* sowie systemtheoretischen Ansätze wird zwischen Geld als generalisiertem Medium und verschiedenen Geldmedien unterschieden. Institutionalisierung, Konvertibilität und Materialität nehmen mit jedem Geldmedien-Wechsel spezifische Gestalt an. Personale Glaubwürdigkeit spielt eine geringere (anonymes Bargeld) oder größere Rolle (Scheck, Kreditkarte); Immaterialisierung bedroht Vertrauen in Geld. Dem begegnen die Geldmedien mit Ent-Anonymisierung oder verstärkter Institutionalisierung. Digitales Münzgeld (Ecash) kann als Kommunikation über Geld, als Hybridmedium verstanden werden, das zwischen Bar- und Buchgeld oszilliert.

Olaf Winkel:

Die Förderung von Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit in der digitalisierten Informationsgesellschaft

Welchen Beitrag kann die elektronische Verschlüsselung dazu leisten?

Die Hoffnungen, die in Verbindung mit Schlagworten wie Electronic Republic, Electronic Administration, Electronic Commerce und Electronic Cash von unterschiedlichen Seiten mit den informationstechnischen Innovationen der ausgehenden neunziger Jahre verbunden werden, sind nur dann zumindest ansatzweise erfüllbar, wenn es gelingt, Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit in der Netzwerkkommunikation zu fördern. Unter Rückgriff auf grundlegende Kategorien der Risiko- und Sicherheitstheorie wird die Frage erörtert, welchen Beitrag die elektronischen Schlüsselsysteme, die sich im Übergang der modernen Gesellschaft in das Stadium der digitalisierten Informationsgesellschaft aller Voraussicht als technischer Kern einer umfassenden Telekommunikationssicherungsinfrastruktur etablieren werden, in dieser Hinsicht leisten können.