

Lutz M. Hagen

Informationsqualität von Nachrichten

*Meßmethoden und ihre Anwendung
auf die Dienste von Nachrichtenagenturen*

Westdeutscher Verlag

Inhalt

1	Problemstellung	17
1.1	Gesellschaftliche Bedeutung von Nachrichten und die Entstehung der Qualitätsperspektive	17
1.2	Dominanter Einfluß von Agenturen auf die Inhalte von Nachrichten in Massenmedien.....	18
1.3	Porträts der Nachrichtenagenturen und -dienste	23
1.4	Qualitätsuntersuchungen der Agenturberichterstattung	29
1.5	Weiteres Vorgehen	30
2	Informationsqualität: Definition und Forschungstradition	32
2.1	Der Begriff Information	32
2.2	Der Begriff Qualität	32
2.3	Der Begriff Informationsqualität.....	32
2.4	Qualitätsforschung	35
2.4.1	Der Trend zur Qualitätsforschung.....	35
2.4.2	Die Tradition der Qualitätsforschung	37
2.4.3	Kritik an der Qualitätsforschung	40
2.5	Ableitung von Kriterien der Informationsqualität aus der öffentlichen Aufgabe der Massenmedien	41
2.5.1	Die öffentliche Aufgabe der Nachrichtenagenturen	42
2.5.2	Die Informationsfunktion als Teil der öffentlichen Aufgabe.....	43
2.5.3	Medienrechtliche Kriterien der Informationsqualität	44
2.5.4	Rechtliche Kriterien im Licht der Rezipientenforschung	46
2.5.5	Interpretationen von Objektivität.....	48
2.5.6	Zusammenfassung.....	52
3	Explikation und empirische Operationalisierung von Qualitätskriterien	53
3.1	Menge.....	54
3.1.1	Theoretische Überlegungen zur Menge	54
3.1.2	Messung der Informationsmenge.....	59
3.1.3	Exkurs: die Proposition - basale Bedeutungseinheit.....	60
3.1.4	Mengenindikatoren für die Agenturanalyse.....	62

3.2	Relevanz	70
3.2.1	Theoretische Überlegungen zur Relevanz	70
3.2.2	Messung von Relevanz	75
3.2.3	Exkurs: Nachrichtenschemata	79
3.2.4	Relevanzindikatoren für die Agenturanalyse	98
3.3	Richtigkeit	105
3.3.1	Theoretische Überlegungen zur Richtigkeit	105
3.3.2	Messung von Richtigkeit - Accuracy-Forschung	109
3.3.3	Richtigkeitsindikatoren für die Agenturanalyse	112
3.4	Transparenz	113
3.4.1	Theoretische Überlegungen zur Transparenz	113
3.4.2	Messung von Transparenz	114
3.4.3	Transparenzindikatoren für die Agenturanalyse	115
3.5	Sachlichkeit	116
3.5.1	Theoretische Überlegungen zur Sachlichkeit	116
3.5.2	Messung von Sachlichkeit	117
3.5.3	Sachlichkeitsindikatoren für die Agenturanalyse	119
3.6	Ausgewogenheit	120
3.6.1	Theoretische Überlegungen zur Ausgewogenheit	120
3.6.2	Messung von Ausgewogenheit	122
3.7	Vielfalt	125
3.7.1	Theoretische Überlegungen zur Vielfalt	125
3.7.2	Messung von Vielfalt	126
3.7.3	Vielfalts- und Ausgewogenheitsindikatoren für die Agenturanalyse	127
3.8	Aktualität	128
3.8.1	Theoretische Überlegungen zur Aktualität	128
3.8.2	Messung von Aktualität	128
3.8.3	Aktualitätsindikatoren für die Agenturanalyse	129
3.9	Verständlichkeit	129
3.9.1	Theoretische Überlegungen zur Verständlichkeit	129
3.9.2	Messung von Verständlichkeit	130
3.9.3	Verständlichkeitsindikatoren für die Agenturanalyse	133
3.10	Zusammenfassung und Fazit	134
4	Analyse der Agenturberichterstattung über ausgewählte Ereignisse	137
4.1	Explosion einer Bombe auf dem Bahnhof London Bridge	139
4.1.1	Ablauf des Geschehens	139
4.1.2	Menge	139
4.1.3	Relevanz	142
4.1.4	Richtigkeit	146
4.1.5	Transparenz	146
4.1.6	Sachlichkeit	149
4.1.7	Vielfalt/Ausgewogenheit	149
4.1.8	Aktualität	152
4.1.9	Verständlichkeit	159
4.1.10	Zusammenfassung	161

4.2	Bundeswirtschaftsminister Möllemann fordert, das Vermittlungsmonopol der Bundesanstalt für Arbeit aufzuheben	162
4.2.1	Ablauf des Geschehens	162
4.2.2	Menge	164
4.2.3	Relevanz	166
4.2.4	Richtigkeit	171
4.2.5	Transparenz	172
4.2.6	Sachlichkeit	176
4.2.7	Vielfalt/Ausgewogenheit	176
4.2.8	Aktualität	189
4.2.9	Verständlichkeit	192
4.2.10	Zusammenfassung	194
4.3	Erich Honecker wird in die Botkin-Klinik eingeliefert	196
4.3.1	Ablauf des Geschehens	196
4.3.2	Menge	199
4.3.3	Relevanz	201
4.3.4	Richtigkeit	206
4.3.5	Transparenz	211
4.3.6	Sachlichkeit	215
4.3.7	Vielfalt/Ausgewogenheit	216
4.3.8	Aktualität	220
4.3.9	Verständlichkeit	225
4.3.10	Zusammenfassung	226
4.4	Richter Wolfgang Neskovic erklärt, das Verbot von Cannabis-Drogen sei grundgesetzwidrig	228
4.4.1	Ablauf des Geschehens	228
4.4.2	Menge	229
4.4.3	Relevanz	231
4.4.4	Richtigkeit	234
4.4.5	Transparenz	235
4.4.6	Sachlichkeit	238
4.4.7	Vielfalt/Ausgewogenheit	239
4.4.8	Aktualität	246
4.4.9	Verständlichkeit	250
4.4.10	Zusammenfassung	250
4.5	Gipfeltreffen der USA und sechs lateinamerikanischer Staaten zur Bekämpfung des Drogenproblems	252
4.5.1	Ablauf des Geschehens	252
4.5.2	Menge	253
4.5.3	Relevanz	255
4.5.4	Richtigkeit	258
4.5.5	Transparenz	259
4.5.6	Sachlichkeit	261
4.5.7	Vielfalt/Ausgewogenheit	262
4.5.8	Aktualität	265
4.5.9	Verständlichkeit	268
4.5.10	Zusammenfassung	269

5	Fazit und Ausblick	270
5.1	Die Untersuchungsmethoden	270
5.1.1	Mengenindikatoren	270
5.1.2	Relevanzindikatoren	270
5.1.3	Objektivitätsindikatoren.....	272
5.1.4	Aktualitätsindikatoren.....	273
5.1.5	Verständlichkeitsindikatoren	273
5.1.6	Semantische Struktur- und Inhaltsanalyse.....	273
5.2	Die Qualität der Dienste.....	274
5.2.1	dpa.....	275
5.2.2	AP	276
5.2.3	rtr.....	277
5.2.4	AFP	278
5.2.5	ddp	278
5.2.6	ADN.....	279
5.2.7	Agenturübergreifende Beurteilung der Qualität	280
	Literatur	285
	Anhang.....	297