

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	15
1 Problemstellung	17
2 Distanzierte Quellen und Krisenberichterstattung	23
2.1 Begriffliche Einordnung	23
2.1.1 Journalismus	23
2.1.2 Krisenberichterstattung	24
2.1.3 Journalistische Quellen	26
2.2 Wandel des Journalismus und der Krisenberichterstattung	30
2.2.1 Organisationen	31
2.2.2 Rollen	32
2.2.3 Programme	35
2.3 Wandel der journalistischen Quellenarbeit	36
2.3.1 Social Media als journalistische Quelle	36
2.3.2 Die Verifikation von Social-Media-Material	39
2.3.3 Quellen in der Krisenberichterstattung	42
2.3.4 Zwischenfazit	44
2.4 Journalistische Krisenberichterstattung und Social-Media-Material – Eine Inhaltsanalyse	45
2.4.1 Forschungsfragen	45
2.4.2 Untersuchungsdesign	47
2.4.2.1 Stichprobenauswahl und Datenbasis	47
2.4.2.2 Konstruktion des Erhebungsinstruments	50
2.4.2.3 Pretest und Reliabilität	52
2.4.3 Ergebnisse	53
2.4.3.1 Formale Aspekte der Berichterstattung	53
2.4.3.2 Inhaltliche Aspekte der Berichterstattung	53
2.4.3.3 Zwischenfazit	62

3	Vertrauen und der Umgang mit Unsicherheit	65
3.1	Unsicherheiten in der journalistischen Quellenarbeit	65
3.2	Der Umgang mit Unsicherheit	66
3.2.1	Unsicherheit, Verletzlichkeit und Risiko	66
3.2.2	Arten mit Unsicherheit umzugehen	72
3.3	Vertrauen als Lösungsstrategie – Eine Typologie	80
3.3.1	Der Begriff des Vertrauens	80
3.3.2	Gemeinsame Merkmale von Vertrauensdefinitionen	83
3.3.3	Differenzierung von Vertrauenseinstellungen, -intentionen und -handlungen	89
3.3.4	Vertrauen und Misstrauen	92
3.3.5	Vertrauen, Vertrauenswürdigkeit und Glaubwürdigkeit	96
3.3.6	Eine Vertrauentypologie	97
3.3.6.1	Reflexives Vertrauen – Die Beurteilung der Vertrauenswürdigkeit	107
	Persönliche Merkmale der VertrauensgeberInnen	110
	Reputation bzw. Erfahrungen	111
	Interne Kriterien zur Beurteilung der Vertrauenswürdigkeit	113
	Externe Kontextfaktoren der Risikowahrnehmung	116
	Definition und Modell	118
3.3.6.2	Vertrauensbeziehungen	120
	Operationales (Implizites) Vertrauen	123
	Relationales Vertrauen	124
3.3.7	Zwischenfazit	126
4	Vertrauen in distanzierte Quellen	127
4.1	Vertrauen in der journalistischen Quellenarbeit	127
4.2	Vertrauen in der Beziehung von JournalistInnen und distanzierten Quellen – Eine qualitative Studie	130
4.2.1	Erkenntnisinteresse und Fragestellung	130
4.2.2	Untersuchungsdesign	132
4.2.2.1	Stichprobenauswahl und Datenbasis	132
4.2.2.2	Konstruktion des Erhebungsinstruments	136
4.2.2.3	Auswertung	137

4.2.3	Ergebnisse: Der Wandel des Journalismus durch Social Media	139
4.2.3.1	Der Prozess der Nachrichtenproduktion in der Krisenberichterstattung	139
4.2.3.2	Journalistische Quellen	140
4.2.3.3	Social Media als Kommunikationskanal	141
	Geschwindigkeit des Informationsflusses und Masse der Informationen	142
	Vernetzung mit Quellen und Kollegen	144
	Unterscheidung von Social-Media-Plattformen	147
4.2.3.4	Social-Media-Material als journalistische Quelle	148
	Social Media als Alert-System	148
	Social-Media-Material als Ergänzung klassischer Quellen	149
	Einflussfaktoren auf die Bedeutung von Social-Media-Material	151
	Hürden für die Verwendung von Social-Media-Material	152
4.2.3.5	Reaktionen des Journalismus auf Social Media	155
4.2.3.6	Zwischenfazit	156
4.2.4	Ergebnisse: Vertrauen in distanzierte Quellen	158
4.2.4.1	Vertrauen in journalistische Quellen	158
4.2.4.2	Die Vertrauenswürdigkeit distanzierter Quellen und Verifikationsstrategien für deren Überprüfung	164
4.2.4.3	Risikowahrnehmung im Umgang mit Quellen	173
4.2.4.4	Der Umgang mit Restunsicherheit	175
4.2.4.5	Vertrauenshandlungen und das Verhältnis von Vertrauen und Kontrolle im Umgang mit distanzierter Quellen	179
4.2.5	Zwischenfazit	180
5	Journalistisches Handeln und die Herstellung von Vertrauen durch Verifikation	186
5.1	Journalistisches Handeln	186
5.1.1	Extramediale Einflussfaktoren	191
5.1.2	Journalistische Routinen	193
5.1.3	Medienorganisationen	198
5.1.4	Persönliche Merkmale von JournalistInnen	200
5.1.5	Zwischenfazit	205

5.2 Die Überprüfung der Vertrauenswürdigkeit distanzierter Quellen – Eine quantitative Befragung	206
5.2.1 Erkenntnisinteresse und Fragestellung	206
5.2.2 Untersuchungsdesign	212
5.2.2.1 Methode	212
5.2.2.2 Stichprobenauswahl und Datengrundlage	212
5.2.2.3 Konstruktion des Erhebungsinstruments	214
5.2.3 Messung der unabhängigen Variablen	215
5.2.3.1 Organisationaler Kontext	215
5.2.3.2 Journalistisches Kapital	216
5.2.4 Charakteristika der befragten JournalistInnen	221
5.2.5 Ergebnisse	223
5.2.5.1 Die Verwendung von Social-Media-Material in deutschen und britischen Redaktionen	223
5.2.5.2 Einflussfaktoren auf die Verwendung von Social Media als Quelle	228
5.2.5.3 Antezedenzen für die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit distanzierter Quellen	230
5.2.5.4 Einflussfaktoren auf Antezedenzen der Vertrauenswürdigkeit distanzierter Quellen	232
5.2.5.5 Die Verifikation distanzierter Quellen	234
5.2.5.6 Einflussfaktoren auf die Verifikation distanzierter Quellen	236
5.2.5.7 Die Wichtigkeit inhaltlicher Merkmale bei der Verifizierung von Social-Media-Material	239
5.2.5.8 Die Wichtigkeit akteursbezogener Merkmale bei der Verifizierung von Social-Media-Material	240
5.2.5.9 Einflussfaktoren auf die Wichtigkeit akteursbezogener Merkmale bei der Verifizierung von Social-Media-Material	242
5.2.5.10 Risikowahrnehmung	243
5.2.5.11 Einflussfaktoren auf die Risikowahrnehmung	244
5.2.5.12 Vertrauensbeziehungen	245
5.2.6 Diskussion	246
6 Schlussfolgerungen und Ausblick	252
Literaturverzeichnis	261