

Abstract der Dissertation

„Die Information lebt“. Der Themendialog in Lebenswelten unter besonderer Berücksichtigung redaktioneller Fernsehformate

vorgelegt von Rüdiger Ganslandt und Alexander Güttler

im Fachbereich Journalistik der Fakultät 15 der Universität Dortmund

Im Wechselspiel einer immer stärker fragmentierten Medienlandschaft mit den ebenfalls immer stärker aufgefächerten Rezipientengruppen der deutschen Gesellschaft stellt sich die Frage nach der Entwicklung des medialen Informationsverhaltens. Langzeituntersuchungen legen den Schluss nahe, dass (politische) Information immer weniger rezipiert, beziehungsweise zunehmend durch ‚Infotainment‘-Angebote verdrängt wird. Fundierte Aussagen werden allerdings durch die Tatsache erschwert, dass die durch Langzeitstudien erschlossenen empirischen Grundlagen methodisch auf eine in wenige Schichten gegliederte Gesellschaft und das noch monolithischere Mediensystem der frühen bundesrepublikanischen Geschichte zugeschnitten sind. Diese Lücke zumindest ansatzweise zu schließen, ist das Ziel der vorliegenden Arbeit.

1. Innerhalb des Medienspektrums wurde die Entscheidung für das Fernsehen als gesellschaftsübergreifendes Leitmedium getroffen.
2. Wir wollen prüfen, ob sich ein Lebensweltmodell, das vorrangig Lebensstil und Wertorientierungen als Kriterien zur Differenzierung gesellschaftlicher Gruppen nutzt, dazu eignet, unterschiedliche Formen von Informationsverhalten in der Gesellschaft zu verorten.
3. Auf der Grundlage des Konzepts der Alltagsrationalität bei *Brosius* und der Anschlusskommunikation bei *Dörner* benutzen wir den Begriff der ‚Teilhabeinformation‘, um die in Gesellschaft und Medien erfolgte Fragmentierung auch bei der Definition von Information zu berücksichtigen.

Für unser Milieumodell haben wir ein Erhebungswerkzeug auf der Basis der Q Sort-Methode erarbeitet. Kombiniert mit demographischen Daten und weiteren Hilfsdaten, wie dem territorialen Milieu oder der Nähe zu unterschiedlichen Wunsch- und Leitbildern hat sich dieses Vorgehen in unserer Arbeit bewährt und eine Zuordnung aller 39 Interviewpartner ermöglicht.

Im inhaltlichen Teil der Untersuchung stellte sich heraus, dass sich ein mehr oder minder klares Rezeptionsprofil für alle Milieus definieren lässt. Die Ergebnisse zeigen dabei eine deutliche Übereinstimmung mit den bereits vorliegenden Ergebnissen der Fernsehforschung. Sowohl einfache, zweipolige Modelle des Rezeptionsverhaltens, wie auch komplexere, vierpolige Konzepte wie das *Hasebrinks* lassen sich in unserem Milieudiagramm verorten und erklären. Entscheidender ist jedoch, dass sich der Begriff der ‚Teilhabeinformation‘ als tragfähig erwiesen hat. Nach unserer Untersuchung werden milieuspezifisch vor allem Fernsehsendungen konsumiert, deren Informationen die jeweiligen Interviewpartner im Dialog mit ihren Bezugsgruppen optimal unterstützen.