

Journalismus.unverzichtbar

Warum wir alle über journalistische Qualität streiten müssen

Rede von Prof. Dr. Vinzenz Wyss, gehalten am IAM live, 6. Juni 2013

1. Warum Journalismus unverzichtbar ist

Wir behaupten ja, dass wir alle über journalistische Qualität streiten müssen. Wir alle, die wir in dieser Gesellschaft unterwegs sind, miteinander interagieren, in bestimmten Rollen in Organisationen eingebunden sind, wir alle sind als Bürger, Konsumentinnen, Kunstliebhaber, Gläubige, vom Recht Betroffene, an Wissen und Bildung Interessierte, oder als Eltern darauf angewiesen, dass das was wir Journalismus nennen, auch tatsächlich funktioniert. Was macht ihn denn so wichtig, diesen Journalismus, dass wir uns engagieren, im Streit uns mit seinen Leistungen auseinanderzusetzen, die Messer zu wetzen, angriffslustig unsere Haltungen und Ansichten bezüglich seiner Qualität zu verteidigen, ja für die Freiheit des Journalismus kämpfen sollen?

1.1 Gesellschaftliche Selbstverständigung

Es ist seine **exklusive Funktion**, die der Journalismus für die moderne Gesellschaft erbringt: Diese soll drin bestehen, dass **gesellschaftliche Selbstverständigung** als andauernder Kommunikationsprozess in Gang kommt bzw. bleibt. Eine gesellschaftliche Verständigung, die sich an Aussagen über Ereignisrealität orientiert. Seine Funktion soll auch darin bestehen, **aktuelle Vorgänge in der Ereignisrealität** in Bezug auf Vorstellungen über das politische, wirtschaftliche, kulturelle und soziale Zusammenleben zu prüfen und zu bewerten (vgl. Haller 2004: 136)

Nun, das wollen wir gerne glauben. Eigentlich handelt es sich bei dieser Funktionszuweisung um eine **Glaubensaussage**. Sie ist nicht selbsterklärend und auch nicht einfach so begründbar. Es handelt sich um eine **Sollaufgabe**, die dem Journalismus konsensual vorgegeben wird. Damit diese Sollaufgabe tatsächlich zur Funktion wird, braucht es die kollektiv anerkannte Zuweisung einer **Statusfunktion** (vgl. Kiefer 2011: 9) Und das, meine Damen und Herren, diese Statusfunktion des Journalismus ist nicht geschenkt, sondern muss immer wieder neu erarbeitet werden. Mit dem Journalismus ist es also ähnlich wie mit dem Geld: seine gesellschaftliche Funktion als allgemeines Zahlungsmittel hat das Geld ja nicht aufgrund seiner physischen Beschaffenheit, sondern aufgrund der kollektiven Zuweisung einer entsprechenden Statusfunktion.

Tatsächlich kann – und hier halte ich mich an das Konzept von Marie Luise Kiefer – Journalismus als unverzichtbare Institution verstanden werden (Kiefer 2011: 8). Journalismus als Institution kann aufgefasst werden als ein durch **Verhaltensregeln** gesteuertes System. (z.B. Nachrichtenwerte); als ein System, das den Problembereich – öffentliche Kommunikation herstellen— gemäss einer systemeigenen **Leitidee** (z.B. intersystemische Relevanz oder Vielfalt) ordnet; als ein System, das durch die Verknüpfung mit reichweitenstarken Medien als Organisationsgerüst **auf Dauer gestellt** ist und dessen **Regeln** immer wieder durchgesetzt und damit **reproduziert** werden. Wir erwarten immer und immer wieder, dass der Journalismus mit seinen Wirklichkeitsbeschreibungen die Aufmerksamkeit des Einzelnen auf das **kollektiv Relevante** lenkt, das ja angesichts der Informationsüberflutung und der durch Selbstdarstellungen durchtränkten Öffentlichkeit keineswegs für jedermann offensichtlich ist. Es sind ja nicht nur unsere eigenen Vorstellungen, die unseren Umgang mit einem bestimmten Thema beeinflussen, sondern auch unsere Annahmen über die Wahrnehmungen anderer.

1.2 Ordnung durch Selektion und Synchronisation

Die Gesellschaft, unser Zusammenleben, wir alle sind darauf angewiesen, dass die Institution Journalismus **Ordnung** schafft auf der Allmende der öffentlichen Kommunikation. Eigentlich haben wir ja oft – vor allem als Betroffene – das Gefühl Journalismus würde **Unordnung** schaffen, Chaos auslösen, eben irritieren, den Dreck unter dem Teppich aufwirbeln. Nein, Journalismus schafft Ordnung: vor allem durch Selektivität und Synchronisation (vgl. Jarren 2013: 8) – und das meine Damen und Herren, genau das macht Journalismus unverzichtbar.

1.2.1 Selektion

Man kann auf der Allmende der Öffentlichkeit nicht gleichzeitig über alles sprechen. Erst durch Selektion wird die überbordende gesellschaftliche **Komplexität reduziert** – selbst jene, die durch die neu aufkommenden Sozialen Netzwerke wie Facebook, Twitter oder Youtube ermöglicht werden. Die Selektivität des Journalismus ist ein Vorgang, der nach bestimmten Regeln erfolgt, nach denen journalistische Redaktionen – eben nicht sämtliche, sondern nur bestimmte, das heisst nach Kriterien ausgewählte – Informationen aus der Umwelt wahrnehmen, bearbeiten und bereitstellen. Auf Seiten des Journalismus erfolgt – idealtypisch – die Selektion **im Hinblick auf sein Publikum**. Dieses wird im Journalismus durch **Erwartungserwartungen** inkludiert. Auch das Publikum weiss um das **Versprechen** der Redaktion, dass diese zwar unbekannte Informationen liefern, aber stets erwartbare Leistungen erbringen. Journalismus bearbeitet in der Regel das, was **irritiert**, was vom Gewohnten, vom Normalen abweicht, das was eben zu Anschlusskommunikation Anlass gibt (vgl. Wyss 2011). Im Laufe der Zeit hat sich so etwas wie eine **Relevanzordnung** etabliert, die mehr oder weniger gemeinsam geteilt wird.

1.2.2 Synchronisation

Eine weitere zentrale Leistung zur Herstellung einer sozialen Ordnung besteht in der gesellschaftlichen **Synchronisation**. Unsere Gesellschaft, die ja längst nicht mehr nur regional bestimmt ist, wird durch den Journalismus wieder und wieder durch gleichzeitig diskutierte Themen zusammengebracht. Wir erfahren durch (die vom Journalismus organisierte) Gleichzeitigkeit, teilhabend, was andere zum Beispiel Bürger auch wissen und meinen. Journalismus gibt dabei den **Takt** an, er initiiert soziale Interaktionen und Kommunikation und hält sie aufrecht (Jarren 2013: 11). Erst der journalistische Takt, ermöglicht uns die gleichzeitige Aufmerksamkeit auf einen Gegenstand, der es wert ist, in der öffentlichen Kommunikation diskutiert und verhandelt zu werden. Mittels Journalismus ist es möglich, dass wir in der **Jetzt-Zeit (Aktualität)** die Absichten und Ziele und Entscheidungen anderer beobachten können; ev. mit dem Ziel uns selbst zu entscheiden.

Auf diese Taktung richtet sich – und das ist wichtig – nicht nur das Publikum des Journalismus aus, sondern auch diejenigen, die sich am **Prozess der Informationsgewinnung** beteiligen, also Kommunikatoren von Organisationen beispielsweise. Auch sie wissen und erwarten, dass der Journalismus Anlässe für gemeinsam geteilte Aufmerksamkeit schafft. Und sie wissen auch, dass es immer wieder mal Pausen gibt, Zeitzonen, in denen die öffentliche Aufmerksamkeit eben durch die journalistische Taktung anderen Dingen zugeteilt wird. Interessant ist dabei – und diesen Gedanken verdanke ich Otfried Jarren (vgl. Jarren 2013: 17) –, dass erst durch die garantierte Regelmässigkeit auch das **Überraschende**, eben das **Unregelmässige** vermittelt werden kann. Eine Leistung, die der Journalismus exklusiv erbringt.

1.3 Social Media Foren als Teilöffentlichkeiten

Das führt mich dazu, eine wesentliche Unterscheidung einzuführen: Unverzichtbar ist der Journalismus auf der Ebene der so genannten **massenmedialen Öffentlichkeit**. Auf dieser Ebene treffen wir die Institution Journalismus an, die nach eigenen Verhaltensregeln gesteuert und auf Dauer gestellt ist und der **Statusfunktion** zukommt. Wenn wir uns eine Pyramide vorstellen, an deren Spitze die von reichweitenstarken, weitgehend institutionalisierten, journalistischen Medien hervorgebrachte Öffentlichkeit steht, so ist davon – quasi am unteren Ende der Pyramide – die so genannte **Encounter-Öffentlichkeit** zu unterscheiden. Eine spontane, zum Beispiel an der Bushaltestelle, bei der jeder Teilnehmer Sprecher und Publikum zugleich ist. (vgl. Künzler 2012: 58ff.). Zwischen diesen beiden Typen von Öffentlichkeit sehen wir die **Themen- und Versammlungsöffentlichkeiten**. Personen mit denselben Interessen versammeln sich physisch (etwa im Rössli oder im Hallenstadion) oder eben virtuell etwa in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter und kommunizieren miteinander über ihr **Spezialthema**. Wenige sprechen, mehrere hören nur zu.

Die Unterscheidung sollte uns die **Augen dafür öffnen**, dass eben die Sozialen Netzwerke **keine Alternative** für die eben beschriebene Institution Journalismus sind. Gerade durch das Aufkommen der Sozialen Netzwerke ist nun aber das **Potenzial** gestiegen, dass die **Grenzen** zwischen diesen Öffentlichkeitsebenen **überwunden** werden. Dass also beispielsweise in den virtuellen Kneipen, Salons und Partykellern das diskutiert wird, was vom Journalismus selektioniert wurde. Oder umgekehrt, dass eben Journalismus aus den sozialen Netzwerken, für kurze Dauer, das aufgreift, was in den sozialen Netzwerken debattiert wird.

2. Kontingente Wirklichkeitsbeschreibungen schreit nach Verantwortung

Soweit so gut, werden auch Sie denken. Das hört sich alles nach Konsens an. Wo bleibt der angekündigte **Streit**? Darin, meine geschätzten Damen und Herren: Wir haben nun nämlich das **Problem**, dass bei weitem nicht klar ist, ob und wann der Journalismus die ihm theoretisch zugewiesene **Funktion erfüllt**. Die von ihm erwünschten Leistungen sind nämlich kaum genau qualifiziert geschweige denn von einer bestimmten Instanz zuverlässig evaluierbar (vgl. Jarren 2013: 34). Nehmen wir neben der bereits angesprochenen Relevanz und Aktualität einen weiteren Qualitätsanspruch, der an den Journalismus herangetragen wird: **Wahrhaftigkeit** oder **Richtigkeit**. Die Funktionszuschreibungen an den Journalismus kreisen ja oft um die Frage, welchen Beitrag dieser zur Wirklichkeitskonstruktion des Publikums leistet. Hierbei ist zu beachten, dass alle Beobachtungen und Beschreibungen von Wirklichkeit ja nicht von der Wirklichkeit ausgehen können, sondern von bisher bereits geleisteten Wirklichkeitsbeschreibungen, denen jeweils neue hinzugefügt werden (Schmidt 2005: 28).

Journalismus kann **keine ausserjournalistische Wirklichkeit** abbilden, sondern eben nur **journalismusspezifische Wirklichkeiten** konstruieren und darstellen. Wer also die Frage stellt, ob der Journalismus bestimmte Ereignisse „in der Wirklichkeit“ richtig wiedergegeben hat, setzt stillschweigend voraus, dass diese Frage durch einen Vergleich „der Wirklichkeit“ mit der journalistischen Wirklichkeit beantwortet werden kann. Es muss also deutlich werden – und diesen Gedanken habe ich von Siegfried J. Schmidt entlehnt, - dass jede Wirklichkeitsbeschreibung auch **anders** hätte ausfallen können. Dass also jede Wirklichkeitsbeschreibung immer nur **kontingent** sein kann, ja mit anderen ebenfalls kontingenten Beschreibungen konkurriert (Schmidt (2005: 28).

Zwei Qualitätsanforderungen sind hier angesprochen: Zum einen der **Vielfaltsbegriff**. Anerkennen wir die **Pluralität von Wirklichkeiten**, so müssen wir vom Journalismus mehrschichtige Vielfalt fordern: Meinungsvielfalt, Akteursvielfalt, Themenvielfalt oder innerhalb der Themen die Vielfalt der Perspektiven. Vielfalt wird im Journalismus allerdings mit dem **Relevanzprinzip** verbunden, weil zwar prinzipiell alle erzeugten Wirklichkeiten gleichberechtigt, deshalb aber keineswegs gleichwertig sind. Journalistische Vermittlung sollte also eine **Hierarchisierung** vornehmen.

Das tut er, wenn er aus Fakten und Tatsachen vermittelbare Geschichten macht. **Narrativität** ist also ein weiterer Qualitätsanspruch, den wir an den Journalismus herantragen (vgl. Wyss 2011: 32). Erst Narration, also der narrative Kommunikationsmodus macht es möglich, an sich inkommensurable Systemrationalitäten und Diskurse aneinander zu koppeln und so zur über Journalismus zur Selbstbeobachtung und Synchronisation von Gesellschaft beizutragen. Wenn der Journalismus nicht die Wirklichkeit wiedergeben kann, sondern bestenfalls durch eine ganz eigene Logik Tatsachen zu journalistischen Geschichten zusammenschustert, dann wird die Frage nach der **Verantwortung** der journalistischen Akteure – und damit meine ich primär die journalistischen Organisationen – für ihre Produkte **unvermeidlich**.

Hier kommt also der Begriff der **Verantwortung** ins Spiel. Wir sind darauf angewiesen, dass diejenigen, die für uns journalistische Wirklichkeiten konstruieren und auswählen was relevant ist, Verantwortung übernehmen (Schmidt 2005). Verantwortung ist immer an **Akteure** gekoppelt. Sie stehen in der Verantwortung, ihre Wirklichkeiten und die sie erzeugenden Prozesse zu rechtfertigen. Dafür braucht es aber einen **Diskussionsprozess**, einen Reflexionsprozess, in dem wir die Hersteller von Wirklichkeiten zwingen, **offen zu legen**, unter Rückgriff auf welche Werte und unter Anwendung welcher Kriterien ihre Wirklichkeitsbeschreibung zustande kommt. Erst wenn diese **Bewusstmachung** öffentlich erfolgt, wenn also von diesem Reflexionsprozess niemand ausgenommen ist, wird der journalistische Akteur **qua öffentlich gemachter Fremdbeobachtung** zu **Selbstbeobachtung** gezwungen (Schmidt 2005: 22).

Bekanntlich tun sich Organisationen schwer, öffentlich über sich selbst nachzudenken. Es braucht also **Instanzen**, die den Journalismus beobachten und diesen mit den Fremdbeobachtungen öffentlich **konfrontieren** (Wyss; Schanne & Stoffel 2012: 362). Die hier eingeforderte Fremdbeobachtung – und damit meine ich letztlich den Streit, die öffentliche Auseinandersetzung über journalistische Leistungen – steht nun vor dem Problem, nach welchen **Bewertungskriterien** vorgegangen werden soll und wie diese Bewertungskriterien **begründet** werden können.

Dies setzt also den Verweis auf bestimmte **Normen** voraus, die immer wieder verhandelt und als solche durch ihre Verwendung **reproduziert** werden müssen. Hier kommt tatsächlich der Streit ins Spiel. Doch was soll der **Gegenstand** dieses Streits dieser öffentlichen, kritischen Fremdbeobachtung sein? Ich sehe **zwei Ebenen** auf denen gestritten werden soll. Zum einen die **Ebene der Organisation** selbst, also ihrer Verfasstheit und damit die Frage, inwiefern die Organisation Bereitschaft zeigt, eine Verantwortungskultur zu etablieren. Und dann auch die Ebene der journalistischen Angebote, die **dem öffentlichen Qualitätsdiskurs zugeführt werden soll**.

3. Die Etablierung einer Verantwortungskultur

Dass journalistische Organisationen eine Antwort auf die eingeforderte Verantwortlichkeit geben können, setzt voraus, dass diese eine **Verantwortungskultur** aufbauen, an der man diese Organisationen im öffentlichen Diskurs erst **messen** kann. Mit **Verantwortungskultur** meine ich in erster Linie Formen der transparenten Selbstbindung – etwa in Codes of Conduct, Ethik Kodices oder Accountability Systeme sowie Formen des **Qualitätsmanagements** (vgl. Jarren 2007: 141; Wyss 2012).

Antworten auf die Frage, wie die Organisation sich zu ihrer Umwelt verhält, welche **Organisationsziele** und moralischen Orientierungen das Handeln der Organisation bestimmen und wie die Organisation sichert, dass sie die von ihr erwarteten Leistungen erbringt. Die Einforderung einer **Verantwortungskultur** muss die Spezifik solcher Organisationen berücksichtigen. In der Regel sind ja journalistische Organisationen Teil von Medienorganisationen. Diese wiederum werden in der Kommunikations- und Medienwissenschaft als „**intersystemische Organisationen**“ aufgefasst (vgl. Jarren 2013: 37; Jarren 2008), die sich eben von typisch ökonomischen, politischen oder wissenschaftlichen Organisationen unterscheiden. Sie können keinem dieser Organisationstypen zugeordnet werden. Vielmehr weisen sie eine hybride Struktur auf. Der intersystemische Status der Medienorganisation äussert sich in der organisationalen Trennung von Management und Redaktion

bzw. in der **Trennung von Medium und Journalismus** (vgl. Altmeppen 2006). Von dieser Trennung erhofft man sich ein **unabhängiges Operieren** der Redaktion von systemfremden Rationalitäten (beispielsweise von einer politischen oder von einer ökonomischen). Wir erwarten durch diese Trennung eine unabhängige journalistische Produktion. Diese Trennung ist allerdings vielfach **fragil** (Jarren 2013: 32), sie wäre jedoch eine Bedingung für eine unabhängige journalistische Produktion.

Dieses spezifische innere Ordnungsgefüge muss uns wichtig sein. Es sollte Gegenstand der öffentlichen Auseinandersetzung sein. Noch nie, meine ich, ist die Abhängigkeit des Journalismus von den Medien derart offensichtlich geworden. Augenfällig wird die Tatsache, dass der Journalismus stärker als jemals den volatilen Marktbedingungen unterliegt; und droht **von einer ökonomischen Rationalität überwuchert** oder durch die Absenkung von Redaktionskosten ausgepresst zu werden (Kiefer 2011: 6).

Das zeigen auch die Debatten, die sogar im Journalismus selbst geführt wurden. „**Wie kann guter Journalismus überleben?**“, hat etwa im vergangenen Dezember die Wochenzeitung „Die Zeit“ auf der Titelseite gefragt. Ich halte es mit Frank Schirrmacher, dem Herausgeber der FAZ, der in Reaktion darauf meinte, dass diese Frage falsch gestellt sei. Die entscheidende Frage müsse vielmehr lauten: **Wie kann eine Gesellschaft ohne guten Journalismus überleben?** (Schirrmacher 2012). Diese Frage treibt uns spätestens dann um, wenn zu entscheiden ist, welche Organisationen – öffentlich kontrolliert – zu fördern sind und welche nicht. Es handelt sich dabei – wie ich meine – nicht einfach um eine akademische Frage, die sich Medienwissenschaftler ausgedacht haben, um sich wichtig zu machen, sondern dies sind aus meiner Sicht existenzielle Fragen, weil wir ja in letzter Zeit immer mehr feststellen müssen, dass dem Journalismus seine **Finanzierungsgrundlage** wegzubrechen droht (vgl. Kiefer 2011; Leonarz 2012; Puppis 2012). Wenn nun also die Frage aufkommt, wie guter Journalismus auch in Zukunft noch finanziert werden kann, so sind wir darauf angewiesen, dass der damit lancierte Streit über die richtigen Modelle kompetent geführt werden kann.

Ich meine, dass es in dieser Debatte wichtig ist, die **Unterscheidung zwischen Journalismus und Medien** im Auge zu behalten. Denn förderungswürdig ist der Journalismus; wohingegen sein Organisationsgerüst ganz unterschiedliche Formen haben kann. Medien sind dann förderungswürdig, wenn sie die Statusfunktion des Journalismus reproduzieren. Gegenwärtig werden in der Kommunikationswissenschaft die Vor- und Nachteile von verschiedenen Finanzierungsformen ausgelotet (vgl. Puppis 2012). Zu nennen ist die verbreitete Finanzierung der Medien durch den **Werbe- und Publikumsmarkt**, die zweifellos auch künftig ein wichtiges Modell bleiben wird. Auf dem Werbemarkt dürfte sich allerdings keine Erholung abzeichnen und der Erfolg neuer Bezahlssysteme im Internet wird kritisch beurteilt. Potenzial könnten noch Zuwendungen durch **Stiftungen und Spenden** haben. Diese könnten Redaktionen finanzieren, die ihre Inhalte kostenlos etwa reichweitenstarken Medien anbieten. Genannt werden sollen auch neue Internetangebote, die jedoch Journalistinnen und Journalisten nicht oder nur sehr gering entlohnen (können); also **Gratisarbeit**. Oder schliesslich vielfältige Formen der **öffentlichen Finanzierung**. Bereits heute kennen wir die Unterstützung des Service public für Radio, Fernsehen und auch Internet. Oder Subventionen für private Medien, über Gebührensplitting für Regionalradio und -fernsehen. Hier sind sicherlich noch weitere Modelle denkbar; so wird etwa der steuerlich differenzierte Umgang mit Organisationen aufs Tapet gebracht, die entweder in Journalismus investieren oder von dessen Leistung profitieren (z.B. Werbung, PR, Suchmaschinen etc.). Wie auch immer diese Modelle einer öffentlich organisierten, aber staatsfernen Finanzierung ausfallen sollen, wir werden nicht darum herum kommen, entsprechende Kriterien zu definieren, denen eine förderungswürdige Organisation zu genügen hat (vgl. Wyss 2012).

Dabei beginnen wir nicht bei Null: Bereits heute kommen ja viele private Radio- und Fernsehveranstalter in den Genuss von Gebührengeldern; die an einen Leistungsauftrag gekoppelt sind. In Evaluationen wird hier regelmässig abgeklärt, inwiefern in diesen geförderten Redaktionen Strukturen der Qualitätssicherung etabliert sind (vgl. Wyss 2012; Ladeur 2000). Gefragt wird etwa danach, ob die betreffenden Organisationen publizistische **Qualitätsziele** intern wie extern kommunizieren und sich so also öffentlich selbst verpflichten. Gibt es entsprechende Regeln und **Verfahren der Qualitätssicherung**? Bestehen organisationale Strukturen, also Planungs- und

Kontrollsysteme, welche die Produktion der journalistischen Qualität sichern und die journalistischen Leistungen systematisch evaluieren?

Sind das die richtigen Bewertungskriterien? Wie sind sie zu gewichten? Müssten weitere dazu kommen und könnte man ein solches Evaluationssystem auch für andere Organisationen anwenden, falls es zur Entscheidung kommt, weitere journalistische Organisationen zu fördern. Zum Beispiel diese, welche die SP Schweiz jüngst in ihrem medienpolitischen Positionspapier vorschlägt (vgl. AG Medien SP Schweiz 2013): dass solche Organisationen gemessen an ihrem journalistischen Konzept genügend Journalistinnen und Journalisten zu fairen, über einen GAV abgesicherten Arbeitsbedingungen anstellen. Dass sie die seriöse Betreuung von angehenden Journalistinnen und Journalisten im Rahmen von angemessen vergüteten Praktika sicherstellen und eine kontinuierliche Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden ermöglichen. Dass sie ihre Eigentumsverhältnisse und die personelle Besetzung ihrer Leitungsgremien offen legen. Wer soll diese Kriterien festlegen; wer soll hier wie evaluieren?

Soll es die **Macht** sein, also der Staat? Soll es das **Recht** sein? Überlassen wir die Debatte den **Verlegern**? Marie Luise Kiefer schreibt dazu, ich zitiere: «Der Gesellschaft, die auf die Institution Journalismus nicht verzichten will, bleibt angesichts der gebotenen Staatsferne einerseits und der Überwucherungsgefahren durch ökonomische Rationalität [...] wenig anderes übrig, als auf den Erhalt durch **Selbstorganisation** zu bauen.» (Kiefer 2011: 14).

4. Unumgänglichkeit von öffentlich geführten Qualitätsdiskursen

Mit der Selbstorganisation meint Marie Luise Kiefer die **Profession**, also die sich selbst organisierende, journalistische Berufskultur (Kiefer 2011: 12). So sympathisch mir diese Vorstellung ist; ich glaube nicht daran, dass es der Profession – wenn es diese denn gibt – gelingen kann, alleine eine staatsferne soziale Organisation der Finanzierung herbeizuführen. Es braucht uns alle, die wir erkennen, wie wichtig der Journalismus und seine Funktion für unsere Gesellschaft ist. Sie sehen, mein Vortrag mündet in ein Plädoyer für die Unumgänglichkeit von öffentlich geführten Verantwortungs- und Qualitätsdiskursen, an denen wir uns alle beteiligen.

Wo sollen wir noch ansetzen? Wie bereits angesprochen, sollte der **Qualitätsdiskurs** nicht nur die Verfasstheit von journalistischen Organisationen betreffen, sondern auch deren Produkte. Auch hier starten wir nicht bei Null. Es ist nämlich falsch, was Stephan Russ-Mohl vor mehr als 20 Jahren geschrieben hat: „Qualität im Journalismus definieren zu wollen, gleiche dem Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln.“ (Ruß-Mohl 1992: 83) Dies trifft so nicht zu, auch wenn diese Feststellung gerade von Journalisten gerne kolportiert. Der deutsche Journalismusforscher Ruß-Mohl hat sich denn auch längst selbst davon distanziert. In der Zwischenzeit liegt eine Vielzahl von journalismustheoretischen Ansätzen vor, welche entsprechende Definitionen und Operationalisierungen - ja sogar Messungen nachvollziehbar machen (vgl. Arnold 2008).

Man muss nur wollen. Und entsprechende Konzepte aus der Medienwissenschaft als ein Angebot verstehen, das den öffentlich zu führenden Qualitätsdiskurs befruchten kann. Die meisten **Qualitätskriterien** habe ich während meines Vortrags bereits indirekt angesprochen: Standards wie Relevanz, Aktualität, Vielfalt, Richtigkeit, Unabhängigkeit und Narrativität, können in den Kanon von Qualitätsanforderungen aufgenommen werden. Zu ergänzen wären noch Fairness, Transparenz oder Interaktivität mit dem Publikum (vgl. Wyss; Studer & Zwysig 2012). Auch in der Wissenschaft wird übrigens darüber gestritten, welche denn nun genau die angemessenen Qualitätsstandards sind; von welchem **Normenkontext** ausgegangen werden soll und wie Qualitätskriterien genau zu operationalisieren sind. Denken wir an das Jahrbuch des fög der Uni Zürich, welches für sich in Anspruch nimmt, aus der Perspektive der jahrhundertalten Tradition der Aufklärung und mit Bezug auf Demokratie die Qualität der Schweizer Medien zu vermessen (Fög 2012).

Meine Damen und Herren, das ist ein Angebot, eine **Inspiration zum öffentlichen Qualitätsdiskurs** und so soll es auch aufgenommen werden. Wertvoll an der Initiative des FÖG ist doch schon allein die **Transparenz**, nach welcher offen gelegt wird, nach welchen Kriterien die Qualität journalistischer Angebote wie gemessen wird. Nehmen wir schwierigsten Begriff: denjenigen der Relevanz. Da lesen wir in dem Jahrbuch: „Der Qualitätsindikator Relevanz gründet auf dem Anspruch, dass das Allgemeine gegenüber dem Privaten bzw. das Gesellschaftliche gegenüber dem Individuellen und Partikulären Vorrang hat. Relevant sind Thematisierungen auf der Ebene der Gesamtgesellschaft und ihrer Teilbereiche (Makroebene). Ebenfalls von Bedeutung sind Thematisierungen von Institutionen und Organisationen (Mesoebene). Liegt der Fokus der Berichterstattung auf Einzelpersonen (Mikroebene), gilt es, verschiedene Arten der Thematisierung zu unterscheiden“ (FÖG 2012: 468). Unterschieden wir dann etwa die Berichterstattung über Personen in ihren Funktionsrollen im Rahmen von Institutionen und Organisationen von der Berichterstattung über Personen, die auf das Private und Partikuläre fokussiert.

Das ist eine **Einladung zum Streit**, meine Damen und Herren, zum Streit über die Sinnhaftigkeit eines zentralen Qualitätsstandards. Man sollte dem Angebot zur Qualitätsdefinition nicht mit Schweigen begegnen; ausser man hat tatsächlich bisher keine Vorstellungen dazu entwickelt, wie ein solcher Qualitätsbegriff denn diskursiv und operationalisierbar gemacht werden könnte. In dem Fall ist Schweigen vielleicht besser.

5. Medienkritik als sine qua non

Sie ahnen es: ich vertrete hier die Ansicht, dass auch die **Kommunikations- und Medienwissenschaft** als unabhängiger Akteur einen wertvollen Beitrag zur öffentlichen Medien- oder Journalismuskritik leisten kann und sogar leisten muss (vgl. Wyss, Schanne & Stoffel 2012). Sie ist in der Lage, unabhängig und anhand von nachvollziehbaren, transparenten Maßstäben – aufgrund systematischer Vergleichen – **Qualitätskonzepte zur Diskussion zu stellen**. Eine wirksame Medienkritik ist jedoch nur interaktiv möglich; sie setzt das Aufeinanderzugehen von Beobachtern und Beobachteten voraus. Es muss um eine konstruktive Auseinandersetzung gehen, in der die demokratisch legitimierten Ansprüche der Bürgerinnen und Bürger auf funktionale journalistische Berichterstattung respektiert werden.

Schliesslich ist auch die wissenschaftlich basierte Medienkritik auf öffentliche Resonanz über Publikumsmedien angewiesen. Gehen wir den Weg gemeinsam und vertrauen wir nicht naiv auf die scheinbaren selbstregulierenden Kräfte etwa des Marktes. Engagieren wir uns beispielsweise in medienkritischen Organisationen. Und lassen wir andere wissen, welche Ansprüche wir an den Journalismus stellen. Wenn uns der Journalismus das Wert ist, dann muss unsere Demokratie genau diesen Diskurs politisch, ökonomisch, kulturell und auch zivilgesellschaftlich erzwingen. Das heisst, wir sind alle dazu aufgefordert.

Verstehen Sie also mein **Plädoyer** auch als ein Plädoyer zur öffentlichen Debatte, die nicht an Experten delegiert werden kann. Wir sind als Mitglieder dieser Gesellschaft alle dazu aufgefordert und stehen vor der Aufgabe, Optimierungsmöglichkeiten zu erkennen und entsprechende **Verantwortlichkeiten einzufordern**. Wir alle sind Bürger auf der Allmende der öffentlichen Kommunikation, deren Pflege wir dem Journalismus anvertrauen.

Schliessen möchte ich mein Plädoyer mit den Worten von Siegfried J. Schmitt (Schmidt 2005: 40): „Wenn uns die Wirklichkeit die Verantwortung nicht abnimmt, weil wir erkennen, dass wir selbst das Mass unserer Wirklichkeiten sind, so gibt es für keinen am journalistischen Prozess Beteiligten einen Rückzug aus der Verantwortung für diese Wirklichkeiten. Das ist der Preis für unsere Faulheit und Ignoranz. Und dieser Befund gilt für uns alle.“

Quellen

- AG Medien SP Schweiz (2013): Diskussionspapier der AG Medien der SP Schweiz für die Zukunftswerkstatt Medienpolitik vom 19. April 2013.
- Altmeppen, Klaus-Dieter (2006): Journalismus und Medien als Organisationen. Leistungen, Strukturen und Management. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Arnold, Klaus (2008): Qualität im Journalismus – ein integrales Konzept. In: Publizistik, 53. Jg., H. 4, S. 488-508.
- Fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.) (2012). Qualität der Medien - Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2012, 3. Zürich: Schwabe.
- Haller, Michael (2004): Die zwei Kulturen. Journalismus und journalistische Praxis. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Wiesbaden, S. 129-190.
- Jarren, Otfried (2007): Die Regulierung der öffentlichen Kommunikation. Medienpolitik zwischen Government und Governance. In: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik, Jg. 37, Heft 146, S. 131-153.
- Jarren, Otfried (2008): Massenmedien als Intermediäre. Zur anhaltenden Relevanz der Massenmedien für die öffentliche Kommunikation. In: M&K – Medien- und Kommunikationswissenschaft, 56, 3-4, S. 329-346.
- Jarren, Otfried (2013): Ordnung durch Medien? Rede des Prorektors gehalten am Dies academicus 2013. Zürcher Universitätschriften Nr. 15. Universität Zürich.
- Kiefer, Marie Luise (2011): Die schwierige Finanzierung des Journalismus. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 59. Jg., H. 1, S. 5-22.
- Künzler, Matthias (2013): Mediensystem Schweiz. Konstanz: UVK.
- Ladeur, Karl-Heinz (2000): Rechtliche Möglichkeiten der Qualitätssicherung im Journalismus. In: Publizistik, 45. Jg., H. 4, S. 442-461.
- Leonarz, Martina (Hrsg.) (2012): Im Auftrag des BAKOM. Aktuelle Studien zur Leistungsfähigkeit von Presse, Radio und Fernsehen in der Schweiz. Zürich: SwissGIS.
- Puppis, Manuel (2012): Öffentliche Finanzierung als Antwort auf die Medienkrise? In: Meier, Werner; Bonfadelli, Heinz & Trappel, Josef (Hrsg.): Gehen in den Leuchttürmen die Lichter aus? Was aus den Schweizer Leitmdien wird. Zürich/Münster: LIT Verlag, S. 297-312.
- Ruß-Mohl, Stephan (1992). Am eigenen Schopfe. Qualitätssicherung im Journalismus – Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche. In: Publizistik, 37. Jg., H. 1, S. 83-96.
- Schirmmacher, Frank (2012): Zukunft des Journalismus Das heilige Versprechen. In: Die Zeit vom 26.11.2012: Abrufbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/zukunft-des-journalismus-das-heilige-versprechen-11970610.html>.
- Schmidt, Siegfried J. (2005): Zur Grundlegung einer Medienkritik. In: Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik hg. von Gerd Hallenberger / Jörg-Uwe Nieland, Köln: Halem Verlag. S. 21 - 40.
- Wyss, Vinzenz (2011): Narration freilegen: Zur Konsequenz der Mediensystemrelevanz als Leitdifferenz des Qualitätsjournalismus. In: Roger Blum, Kurt Imhof, Heinz Bonfadelli & Otfried Jarren (Hg.): „Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien“. Wiesbaden: VS Verlag. S. 31-47.
- Wyss, Vinzenz (2012): Die Krise des professionellen Journalismus aus der Sicht des Qualitätsmanagements. In: Meier, Werner; Bonfadelli, Heinz & Trappel, Josef (Hrsg.): Gehen in den Leuchttürmen die Lichter aus? Was aus den Schweizer Leitmdien wird. Zürich/Münster: LIT Verlag, S. 255-276.
- Wyss, Vinzenz (2013): Qualitätsmanagement in Redaktionen. In: Meier, Klaus & Neuberger, Christoph (Hrsg.): Journalismusforschung. Stand und Perspektiven. Baden-Baden: Nomos. S. 89-104.
- Wyss, Vinzenz; Schanne, Michael & Annina Stoffel (2012): Medienkritik in der Schweiz – Eine Bestandsaufnahme. In: fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.). Qualität der Medien - Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2012, 3. Zürich: Schwabe, S. 361-376.
- Wyss, Vinzenz; Studer, Peter & Zwysig, Toni (2012): Medienqualität durchsetzen. Qualitätssicherung in Redaktionen. Ein Leitfaden. Zürich.