

Mit Qualitätsjournalismus gegen den Vorwurf der Lügenpresse

10 Thesen

von Horst Pöttker, Universität Hamburg

- 1. Die notwendige Zurückweisung des politischen Kampfbegriffs
„Lügenpresse“ darf den Journalismus nicht davon abhalten, seinen
aktuellen Problemen ins Auge zu sehen.**

„Lügenpresse“ ist ein Begriff, der seit Mitte des 19. Jahrhunderts benutzt wird, um die Glaubwürdigkeit der Medien politischer und weltanschaulicher Gegner zu diskreditieren.¹ Besonders extensiv wurde er von NS-Medien gegen die „Systempresse“ der Weimarer Republik geschleudert, was Exilzeitungen mit dem gleichen Vorwurf zurückgewiesen haben. Aber auch im Kulturkampf haben ihn katholische gegen protestantische Publizisten erhoben - und umgekehrt, im Ersten Weltkrieg die deutsche gegen die französische Presse - und umgekehrt, im kalten Krieg die Medien der sozialistischen gegen die der kapitalistischen Länder - und umgekehrt.

Obwohl seit dem Zusammenbruch des real-sozialistischen Ostblocks die Zeit der Gesinnungspublizistik vorbei zu sein schien und Medien sich vor allem an kommerziellen, kaum noch an politischen oder weltanschaulichen Zielen orientieren, erlebt die Parole von der „Lügenpresse“ eine Renaissance. Das weist auf eine Re-Ideologisierung gesellschaftlicher Auseinandersetzungen hin, die im politischen Diskurs noch wenig wahr- und ernstgenommen wird. Aber auch im Journalismus genügt es nicht, den Kampfbegriff mit Hinweis auf seinen NS-Hintergrund abzutun. Seine Renaissance fordert dazu heraus, aktuellen Problemen des Journalistenberufs ins Auge zu sehen.

¹ Vgl. den umfangreichen und präzisen Artikel aus Wikipedia:
<https://de.wikipedia.org/wiki/L%C3%BCgenpresse> (letzter Zugriff: 25. 10. 2017)

2. Infolge des digitalen Medienumbruchs steckt der Journalistenberuf wegen des Schwunds der Werbeeinnahmen in einer bedrohlichen wirtschaftlichen Krise, die auch die gesellschaftliche Selbstregulierung durch Öffentlichkeit gefährdet.

Journalismus als Beruf befindet sich heute in einer Krise, deren ökonomische Gründe durch die Digitalisierung ausgelöst wurden. Hauptproblem ist der rapide Schwund von Anzeigeneinnahmen journalistischer Medien, weil bei Annoncen Internet-Firmen Anbieter und Nachfrager passgenau miteinander verbinden und Anzeigen für Massenkongüter durch Suchmaschinen und „soziale Medien“ erfolgreich verbreitet werden können. Beides enthebt Anzeigenkunden dem Zwang, redaktionelle Teile – also Journalismus – mitzufinanzieren. Karl Bücher, neben Max Weber der Begründer des damals noch Zeitungswissenschaft genannten Fachs in Deutschland, definierte vor einem Jahrhundert in kritischer Absicht die Zeitung als „ein Erwerbsunternehmen, das Annoncenraum herstellt und verkauft, der nur durch einen redaktionellen Teil absetzbar gemacht werden kann.“² Der letzte Teil des Satzes trifft nicht mehr zu. Querfinanzierung durch Werbeeinnahmen, die journalistische Information lange billiger erscheinen ließ, als für ihre Produktion nötig wäre, verliert ihre technologische Basis.

Ein weiteres Problem ist, dass sich für Journalismus in Online-Medien schwer effektive Bezahlmodelle finden, die den Rückgang von Auflagen und Verkaufserlösen gedruckter Zeitungen kompensieren könnten. Beides lässt die traditionelle Finanzierungsgrundlage des Journalistenberufs schrumpfen. Hinzu kommt eine technologisch getriebene Vermehrung und Beschleunigung fast aller zum Journalismus gehörenden Kommunikationsvorgänge.

Wenn der Journalistenberuf seine Aufgabe, Öffentlichkeit herzustellen, d. h. möglichst vielen Menschen möglichst richtige und wichtige Informationen zuverlässig und fair zu vermitteln, nicht (mehr) erfüllen kann, ist auch die gesellschaftliche Selbstregulierung durch Demokratie, Märkte und andere soziale Mechanismen gefährdet, für deren

² Bücher, Karl (1926): *Zur Frage der Preßreform*. In.: ders.: *Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde*. Tübingen: Laupp'sche Buchhandlung, S. 391-429, S. 397.

Funktionieren Öffentlichkeit im Sinne allgemeiner Zugänglichkeit von Informationen eine notwendige Voraussetzung ist.³

3. Die Krise mit ihrer ökonomischen Enge gefährdet gründliche Recherche, Respekt vor der Privatsphäre und andere Elemente journalistischer Professionalität.

Wenn Berufe (nach Max Weber⁴) Bündel spezialisierter Leistungen und Fähigkeiten sind, die Menschen eine kontinuierliche Erwerbschance bieten, dann muss die Schrumpfung der Erwerbschance aufgrund einer Finanzierungskrise auf die speziellen Leistungen und Fähigkeiten zurückwirken, auf denen diese Chance beruht. Anders gesagt: Schwindende Budgets bedrohen Professionalität.

Journalistische Professionalität bedeutet verlässliche Orientierung an spezifischen Regeln des Informationsberuf, die seiner Öffentlichkeitsaufgabe dienen: z. B. gründliche Recherche, bewusste Quellentransparenz, dadurch hergestellte Zuverlässigkeit der Berichterstattung, reflektierter Respekt vor der Grenze zwischen Öffentlichkeit und Privatsphäre. Diese Regeln konkurrieren mit anderen, ebenfalls der Öffentlichkeitsaufgabe dienenden Qualitäten wie Aktualität, Verständlichkeit und Aufmerksamkeitswert. Die Sorgfalt des dadurch notwendigen Abwägens ist ein Merkmal von Qualitätsjournalismus. Dieser Begriff darf allerdings nicht den Eindruck erwecken, dass nur einige Journalisten sich an die professionellen Regeln zu halten hätten.

Gründliche Recherche und sorgfältiges Abwägen braucht Zeit, die durch Kostendruck ausgedünnten Redaktionen zumal angesichts der Vermehrung und Beschleunigung ihres Kommunikationsaufwands fehlt. Und die Finanzenge verlockt, schwindende Einnahmen durch auflagenträchtiges Inszenieren von Skandalen oder das voyeuris-

³ Vgl. Pöttker, Horst (2010): *Der Beruf zur Öffentlichkeit. Über Aufgabe, Grundsätze und Perspektiven des Journalismus in der Mediengesellschaft aus der Sicht praktischer Vernunft*. In: *Publizistik*, 55. Jg., H. 2, S. 107-128.

⁴ Vgl. Weber, Max (1976): *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie*. 5. Aufl. bes. v. Johannes Winckelmann, Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck), S. 80.

tische Eindringen in die Privatsphäre von Prominenten zu kompensieren. Journalistische Professionalität ist in der Krise gefährdet.⁵

4. Der Ausweitung unprofessioneller Stammtischkommunikation in die Öffentlichkeit ist durch Kontrolle digitaler Plattformen zu begegnen – und durch Reformen in Journalismus und Bildungssystem, die die Erkennbarkeit verlässlicher Information sichern.

Gleichzeitig wird auf digitalen Plattformen private Kommunikation ohne professionelle Schranken allgemein zugänglich und dehnt sich in die öffentliche Sphäre aus.⁶ „Soziale Medien“ mit ihren „hate speeches“, „shit storms“ und „fake news“ werden mit journalistischen Medien verwechselt, deren Aufgabe es ist, die für die Selbstregulierung komplexer Gesellschaften notwendige Öffentlichkeit nach Regeln herzustellen, die dieser Aufgabe dienen. Da die Professionalität und Verlässlichkeit solcher Medien ohnehin gefährdet ist, wird die Erkennbarkeit journalistischer Information und damit ihre gesellschaftliche Wertschätzung von zwei Seiten bedroht.

Das Problem des Misstrauens gegenüber dem Journalismus, das im Kampfbegriff „Lügenpresse“ kulminiert, kann daher auch von zwei Seiten angegangen werden: Einerseits können der Staat und seine gesellschaftliche Basis dafür sorgen, dass Betreiber digitaler Plattformen von außen den gleichen Regeln unterworfen werden wie Presseverlage oder Rundfunkanstalten. Auf diesem Weg darf nicht vergessen werden: Je effektiver gesellschaftliche Selbstregulierung nach Art des Ordnungsgefüges Sitte wirkt, desto weniger ist gesetzliche Kontrolle nach des Art des Ordnungsgefüges Recht nötig. Eine Möglichkeit, die der liberale Staat hat, um Medienselbstregulierung durch bewusste Rezeption und Konsumtion des Publikums zu stärken, ist die Einrichtung eines Schulfachs Medienkunde.

⁵ Vgl. Weischenberg, Siegfried (2010): *Das Jahrhundert des Journalismus ist vorbei. Rekonstruktionen und Prognosen zur Formation gesellschaftlicher Selbstbeobachtung.* In: Bartelt-Kircher, Gabriele u. a.: *Krise der Printmedien: Eine Krise des Journalismus?* Berlin, New York: De Gruyter Saur, S. 32-61.

⁶ Vgl. Pöttker, Horst (2016): *Kommunikationsfreiheit im digitalen Zeitalter. Zwölf Thesen.* In: *Communicatio Socialis.* 49. Jg., H. 4/2016, S. 347-353.

Allerdings nützt Letzteres dem Journalistenberuf nur auf der Rezeptionsseite, indem es Voraussetzungen dafür schafft, dass das Publikum verlässliche Informationen besser erkennen und von Propaganda, PR oder „alternativen Fakten“ unterscheiden kann. Aber die speziellen Leistungen, Kenntnisse und Fähigkeiten, die den Journalistenberuf bisher ausmachen und die dann auch bei der digitalen Informationsproduktion durch Nicht-Journalisten zum Tragen kämen, würden so zum Allgemeingut. „Everyone is a journalist“ ist eine These, die heute in Netzpublikationen und „social media“ vertreten wird.⁷ Wenn das zuträfe, wäre es mit der profilbildenden Spezialisierung und infolgedessen auch den Erwerbschancen des Journalistenberufs vorbei.

Auf der anderen Seite kann der Journalismus selbst dafür sorgen, seine Erkennbarkeit für (und damit Wertschätzung durch) das Publikum von innen zu fördern. Er kann sich den Herausforderungen der Krise stellen; und er kann an Schwächen arbeiten, die dem Journalismus in Deutschland traditionell anhaften.⁸

5. Guter Lokaljournalismus kann am längsten ein Alleinstellungsmerkmal des Informationsberufs bleiben und durch seine Attraktivität für das Publikum helfen, Wege aus der Krise zu finden.

Obwohl Lokal- und Regionalzeitungen die Masse der deutschen Presse ausmachen, wird Lokaljournalismus hierzulande seit jeher relativ wenig beachtet und anerkannt. Ehrgeizige Reporter und Redakteure streben in die Politik oder ins Internationale, das Lokalressort ist oft dünner besetzt als andere Abteilungen, obwohl es für den mit Abstand am meisten genutzten Teil der Zeitung verantwortlich ist.

Der US-amerikanische Journalismus ist dem deutschen sicher nicht (mehr) in allen Belangen überlegen. (Man fragt sich allerdings seit dem Amtsantritt des außer Rand und Band agierenden Machthabers Donald Trump, ob deutsche Qualitätszeitungen in

⁷ Vgl. z. B.: <https://thewellesleynews.com/2015/11/18/everyone-is-a-journalist-the-truth-of-social-media/> (letzter Zugriff: 25. 10. 2017)

⁸ Vgl. Pöttker, Horst (2017): *Die Aufgabe Öffentlichkeit respektieren. Warum der Journalismus zu wenig geschützt wird – und was er dagegen tun kann.* In: Lilienthal, Volker / Neverla, Irene (Hrsg.): *Lügenpresse. Anatomie eines politischen Kampfbegriffs.* Köln: Kiepenheuer & Witsch, S. 211-227 u. 309-311.

ähnlicher Situation ähnlich unabhängig und kritisch blieben wie die „New York Times“ (NYT) oder das „Wall Street Journal“ (WSJ), aber auch etliche US-amerikanische Fernsehprogramme wie die „Stephen Colbert Show“.) Zweifellos kann man aber, besonders was Publikumsorientierung angeht, schon wegen dessen konsequenter Kommerzialisierung viel vom amerikanischen Journalismus lernen. In den USA machen Provinzzeitungen von Anfang an mit örtlichen Nachrichten auf. Damit hat man in Deutschland gerade erst begonnen.

Wozu Experten seit Jahrzehnten raten, ist in der Krise immer noch ein probates journalistisches Erfolgsrezept: Die Quantität und vor allem die Qualität der Lokalberichterstattung zu steigern, vermag Abonnenten zu halten und sogar neue zu gewinnen. Denn Lokalberichterstattung betrifft den vom Publikum selbst erfahrenen Alltag und kommt dem Bedürfnis nach Ortsbindung entgegen, das in der Globalisierung auch bei vielen jungen Menschen wächst.⁹

Im Übrigen darf der Journalistenberuf hoffen, hier am längsten sein Alleinstellungsmerkmal als Informationslieferant gegenüber den weltweit digital vernetzten Medien zu behalten. Eine Strategie, die auf örtliche Informationen setzt, kommt freilich nicht um die Verlagerung von Ressourcen jeder Art, besonders personeller, ins Lokalressort herum.¹⁰

Gerade im Lokalen, wo Medien den örtlichen Honoratioren besonders nah sind, kommt es darauf an, dass journalistische Information deutlich unterscheidbar bleibt von Werbung und PR, um nicht den Vorwurf der Kumpanei mit Politik und Wirtschaftselite zu nähren. Nur wenn das Publikum aus eigener Erfahrung, die im Lokalen wahrscheinlicher ist als bei anderen Ressorts, kontinuierlich feststellt, dass es Informationen vertrauen kann, wird es dafür bezahlen wollen. Lokaljournalisten

⁹ Vgl. Süper, Daniel (2013): *Meine Heimat. Meine Zeitung. Zur Ortsbindung von Lokalzeitungslesern und Nutzern lokaler Nachrichtenseiten*. In: Pöttker, Horst / Vehmeier, Anke (Hrsg.): *Das verkannte Ressort. Probleme und Perspektiven des Lokaljournalismus*. Wiesbaden: Springer VS, S. 103-114.

¹⁰ Vgl. Vehmeier, Anke (2013): *Innovation im Lokaljournalismus braucht Exzellenz. Plädoyer für eine nachhaltige Personalentwicklung*. In: Pöttker, Horst / Vehmeier, Anke (Hrsg.): *Das verkannte Ressort. Probleme und Perspektiven des Lokaljournalismus*. Wiesbaden: Springer VS, S. 76-87.

müssen deshalb besonders professionell, d. h. zuverlässig an der Aufgabe Öffentlichkeit orientiert, unabhängig, fachlich versiert und gut ausgebildet sein.

6. Um Vertrauen des Publikums (zurück) zu gewinnen und Missverständnissen vorzubeugen, müssen Journalisten mit unvermeidlichen Fehlern öffentlicher umgehen – kontinuierliche Korrekturspalten und Ombudsleute bieten sich an.

Etwas anderes, das der deutsche Journalismus vom amerikanischen lernen kann, ist der offene Umgang mit Fehlern. Journalisten sind auf Aktualität angewiesen. Irrtümer sind deshalb in ihrem Beruf unvermeidlich, weshalb sie dem Publikum nicht vorenthalten werden dürfen. Auch hier muss das journalistische Grundprinzip Öffentlichkeit greifen. In den USA, wo dieses Prinzip kulturhistorisch besonders tief verwurzelt ist, sind Korrekturspalten und -plätze in Medien eine Selbstverständlichkeit.

In Deutschland gehören sie noch zu den Errungenschaften, auf die journalistische Medien besonders stolz sind, wenn sie sie ausnahmsweise eingerichtet haben. Das mag mit der fortwirkenden Tradition eines autoritären Denkens zusammenhängen, das sich mit der Richtigstellung und damit dem Eingeständnis von Irrtümern zu schaden meint. Tatsächlich füttert das Festhalten an Fehlern aber das Misstrauen des Publikums – was Politik und Medien gleichermaßen trifft und sich zum Verdacht ihrer Kumpanei („Lügenpresse“) verbindet.

Dabei wären kontinuierliche Korrekturen ein praktikabler Weg, um das Publikum vor falschen Erwartungen an den Journalismus zu bewahren und es über dessen Arbeitsweisen und Probleme praxisnah aufzuklären. Der Vorwurf der „Lügenpresse“ beruht ja u. a. darauf, dass zu hohe Ansprüche an die aktuelle Berichterstattung gestellt werden, indem man sie an Maßstäben misst, wie sie z. B. in der Wissenschaft gelten. Misstrauen gegenüber Medien hängt auch mit der Enttäuschung zusammen, in ihnen nicht so dargestellt zu werden, wie man sich selbst dargestellt sehen möchte. Dem wirkt besseres Verständnis für den Journalistenberuf und seine besondere Aufgabe

Öffentlichkeit entgegen, zu dem Medien selbst – z. B. durch Korrekturspalten – beitragen können.

Ein anderer Weg, um mit möglichen Fehlern umzugehen und das Publikum über den Journalistenberuf aufzuklären, sind Ombudsleute auf lokaler und regionaler Ebene. Der Umgang mit Publikumsbeschwerden liegt bisher überwiegend bei einer zentralen Institution, dem Deutschen Presserat in Berlin, der überdies hinter verschlossenen Türen tagt und in dem nur Vertreter von Verleger- und Journalistenverbänden, keine Repräsentanten des Publikums sitzen.¹¹ Die daraus herrührende Schwerfälligkeit und Wirkungsarmut der publizistischen Selbstkontrolle („zahnloser Tiger“) trägt zum Misstrauen gegenüber den Medien bei. Ombudsleute bei Redaktionen, die zeitnah, ortskundig, öffentlich und konkret über Beschwerden entscheiden, sind geeigneter, Journalisten über Interessen des Publikums und das Publikum über Arbeitsweisen und Probleme des Journalistenberufs zu informieren und so Missverständnisse zwischen ihnen abzubauen. Auch hier waren die USA einmal vorbildlich, was mittlerweile aber fraglich geworden ist,¹² weil in der Krise etliche Medien, sogar die NYT, ihre Ombudsstellen einsparen, während bei deutschen Medien die Zahl der Ombudsleute und -räte (vor allem dank des Engagements Anton Sahlenders von der „Main-Post“) leicht steigt.¹³ Auch hier könnte sich die öffentliche Hand für Erhaltung und Entwicklung des professionellen Journalismus in der Krise engagieren, indem sie durch Zuschüsse die Unabhängigkeit von Ombudsräten sichert.

7. Gegen die Entprofessionalisierung im Journalismus hilft öffentliche Berufsbildung, die Medien und Staat gemeinsam fördern sollten – auch, um die soziale Geschlossenheit der Branche zu lockern.

¹¹ Vgl. Pöttker, Horst (2005): *Der Deutsche Presserat und seine Kritiker. Plädoyer für eine transparente Selbstkontrolle des Journalismus.* In: Baum, Achim u. a. (Hrsg.): *Handbuch Medienselbstkontrolle.* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 125-131.

¹² Vgl. Starck, Kenneth (2010): *The News Ombudsman: Viable or Vanishing?* In: Eberwein, Tobias / Müller, Daniel (Hrsg.): *Journalismus und Öffentlichkeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag.* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 109-122.

¹³ Vgl. die Website der Vereinigung der Medien-Ombudsleute (VDMO): <https://www.vdmo.de/> (letzter Zugriff: 26. 10. 2017)

Etwas Drittes, das vom US-Journalismus gelernt werden kann, ist die Selbstverständlichkeit journalistischer Berufsbildung durch öffentliche Einrichtungen. In den Vereinigten Staaten hat die Hälfte der Journalisten das auf ihren Beruf zugeschnittene Fach Journalistik an einer Universität studiert.¹⁴ Die Idee, Journalisten an Hochschulen auszubilden, ist in den meisten westlichen Ländern zu Beginn des 20. Jahrhunderts aufgekommen, auch in Deutschland, wo Karl Bücher 1916 an der Universität Leipzig das erste Institut für Zeitungskunde gegründet hat, das vor allem der Journalisten-Ausbildung dienen sollte.¹⁵

In den USA fiel diese Idee auf fruchtbaren Boden, weil sich der Journalismus schon im 19. Jahrhundert von den Gesinnungsfragen der Politik gelöst hatte; dort wurden in den 1920er Jahren an zahlreichen Hochschulen Journalistik-Studiengänge eingerichtet, nicht zuletzt, weil die Verleger Kosten für die Ausbildung ihres zukünftigen Personals sparen wollten.

In Deutschland war der kulturelle Boden dagegen unfruchtbar, weil viele Verleger und Chefredakteure gleichzeitig Politiker oder Kirchenleute waren. In den Hochschulen hätten die zukünftigen Journalisten ja etwas lernen können, das der von ihnen erwarteten Gesinnung widersprach. An dieser Furcht ist in der Weimarer Republik die Etablierung der Journalistik als wissenschaftliche Disziplin gescheitert. In der Bundesrepublik Deutschland ist es erst in den 1970er Jahren, im Zuge des gesellschaftspolitischen Aufbruchs, an einigen Universitäten zu Journalistik-Studiengängen gekommen. Die aus der Gesinnungspublizistik tradierten Vorbehalte wirken aber bis heute als Bevorzugung betrieblicher und Skepsis gegenüber hochschulgebundener journalistischer Berufsbildung nach und werden mit der vermeintlichen Praxisferne Letzterer begründet.

¹⁴ Vgl. Harnischmacher, Michael (2010): *Journalistenausbildung im Umbruch. Zwischen Medienwandel und Hochschulreform: Deutschland und USA im Vergleich*. Konstanz: UVK.

¹⁵ Vgl. Kutsch, Arnulf (2010): *Professionalisierung durch akademische Ausbildung. Zu Karl Büchers Konzeption für eine universitäre Journalistenausbildung*. In: Eberwein, Tobias / Müller, Daniel (Hrsg.): *Journalismus und Öffentlichkeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 427-453.

Dabei ist es erstaunlich, dass ausgerechnet der Beruf, dem das Verfassungsrecht eine öffentliche Aufgabe zuweist, ohne öffentliche Berufsbildung auskommen soll. Auch wenn Art. 5 GG eine obligatorische Berufsbildung für den Journalismus ausschließt,¹⁶ spricht nichts dagegen, dass die öffentliche Hand umfangreiche Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Journalisten vorhält, wie sie es für andere Berufe wie Ärzte, Ingenieure, Wissenschaftler oder sogar Musiker und Künstler auch tut. Und es widerspräche auch nicht der Pressefreiheit, wenn Medienbetriebe Journalisten mit zertifizierten Ausbildungsabschlüssen bessere Beschäftigungschancen einräumen.

Auf den ersten Blick schiene das auf eine Akademisierung des Journalismus hinauszulaufen, die den durchaus zutreffenden Eindruck einer sozialen Geschlossenheit des Berufsfeldes, auf dem fast nur bildungsbürgerliche Pflänzlinge gedeihen,¹⁷ vertiefen müsste. Bei näherem Hinsehen öffnet sich aber gerade hier eine Chance, das niedrige Ansehen des Journalistenberufs zu heben und ihn nach dem Muster des Arzt- oder Ingenieurberufs für Migranten und bildungsferne Schichten attraktiver zu machen. Deren Integration in den Journalismus gilt es schon aus wirtschaftlichen Gründen zu fördern, weil ohne ihre Perspektiven in der Berichterstattung die Informationsmedien bei breiten Bevölkerungsteilen kaum Interesse finden können.¹⁸ Bleibt der Journalisten-Beruf, wie seit dem 19. Jahrhundert, weiter ein biographischer Ausweg für Akademikerkinder,¹⁹ wird sich an seiner naturwüchsigen Milieugeschlossenheit wenig ändern; von regulierter Zulassung zu institutionalisierten Berufsbildungsgängen ist dagegen mehr soziale Vielfalt in den Medien zu erwarten.

Vor allem trägt öffentliche, von kurzfristigen kommerziellen Interessen unbeeinflusste Berufsbildung für Journalisten dazu bei, dass publizistische Professionalität nicht

¹⁶ Vgl. Pöttker, Horst (2016): *Pressefreiheit in Deutschland. Nutzen, Grenzen, Gefährdungen*. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ)*. Beilage zur Wochenzeitung *Das Parlament*, 66. Jg., H. 30-32/2016, S. 9-15.

¹⁷ Zu den Folgen für den öffentlichen Diskurs vgl. Augstein, Jakob (2017): *Haben wir Grund, uns zu schämen? Von der notwendigen Selbstkritik der Journalisten*. In: Lilienthal, Volker / Neverla, Irene (Hrsg.): *Lügenpresse. Anatomie eines politischen Kampfbegriffs*. Köln: Kiepenheuer & Witsch, S. 45-61.

¹⁸ Vgl. Pöttker, Horst / Kiesewetter, Christina / Lofink, Juliana (Hrsg.) (2016): *Migranten als Journalisten? Eine Studie zu Berufsperspektiven in der Einwanderungsgesellschaft*. Unt. Mitarb. V. Katsiaryna Artsiomenka. Wiesbaden: Springer VS.

¹⁹ Vgl. Requate, Jörg (1995): *Journalismus als Beruf. Entstehung und Entwicklung des Journalistenberufs im 19. Jahrhundert im internationalen Vergleich*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

verloren geht und journalistische Informationsmedien vom digitalen Stammtisch unterscheidbar bleiben. Das ist langfristig auch für ihren ökonomischen Erfolg ausschlaggebend.

Angesichts des tiefgreifenden Wandel des Berufs in der digitalen Medienwelt kommt der Weiterbildung besondere Bedeutung zu. Sie könnte in Kooperation mit Medienbetrieben durch öffentlich ausgebildete Referenten erfolgen. Warum nicht auch in der Medienindustrie das in Deutschland sonst bewährte System der dualen Berufsbildung? Es setzt allerdings Kooperationswilligkeit der Medienbetriebe und Förderungsbereitschaft der öffentlichen Hand voraus.

8. In der digitalen Medienwelt steht ein notwendiger Paradigmenwechsel vom Nachrichtenjournalismus zum orientierenden Journalismus bevor und hat bereits begonnen.

Zum Wandel des Journalismus in der digitalen Medienwelt gehört das Verlassen des Nachrichtenparadigmas.²⁰ Die Funktion des Journalismus, dem Publikum Neuigkeiten zu vermitteln, geht zurück, weil knappe faktische Mitteilungen über jüngste Ereignisse („news“) nicht mehr nur von journalistischen Medien geliefert werden, sondern von den Urhebern der Ereignisse, die sich dabei journalistischer Darstellungstechniken bedienen, selbst produziert und im Netz verbreitet werden. Sie dringen von allen Seiten auf die Rezipientin und den Rezipienten ein, die nichts mehr bezahlen müssen, um sich Nachrichten zu verschaffen.

Die Nachrichtenfunktion kann für den Journalismus nicht völlig irrelevant werden, weil es auch bei „news“ vor allem auf Zuverlässigkeit ankommt. (Bei nackten Fakten wie Sportergebnissen ist sie allerdings kaum problematisch.) Aber der Journalisten-Beruf muss trotzdem nach anderen Funktionen Ausschau halten. Bisher nachrangig war, dem Publikum zum Verständnis seiner immer komplexer werdenden Lebens-

²⁰ Vgl. Hoyer, Svernik / Pöttker, Horst (Hrsg.) (2014²): *Diffusion of the News Paradigm 1850 – 2000*. Göteborg: Nordicom.

umstände zu verhelfen. Diese Orientierungsfunktion, die der US-amerikanische Journalismus-Forscher Mitchell Stephens „journalism of wisdom“ nennt,²¹ bietet sich an.

Während die Nachrichtenfunktion nach Ereignissen sowie kurzen, nach Wichtigkeit ordnenden Darstellungsformen verlangt, korreliert die Orientierungsfunktion mit Gegenständen wie Zuständen, Vorgängen oder Verhältnissen. Für sie sind besonders längere, auch literarische Darstellungsformen geeignet, die gründliche Recherche und ästhetische Kreativität erfordern.

Qualitätsjournalismus, der das Publikum überzeugt, muss daher schon heute erklärender Journalismus sein, der anstelle von Geschwindigkeit vor allem in die Tiefe gehende Kompetenzen sowie spezielles Sachwissen verlangt, was ebenfalls für akademische Berufsbildung spricht.

Journalisten respektieren die Mündigkeit ihres Publikums. Orientierung kann erklärender Journalismus deshalb nicht mit dem pädagogischen Zeigefinger bieten, sondern nur, indem er komplexe Verhältnisse transparent macht und den Rezipienten so zu einem eigenen Verstehen der Welt verhilft.

Was den vorfindlichen Anteil der Welt betrifft, ist es notwendig, die Gesetzmäßigkeiten zu kennen, die in der Natur herrschen. Zum erklärenden Journalismus gehört deshalb eine gehörige Portion Wissenschaftsjournalismus, der die elementaren Naturgesetze anschaulich vermittelt und mit der Lebenswelt des Publikums in Zusammenhang bringt.²²

Beim Kulturanteil der (Um-)Welt liegt die Sache anders. Weil menschengemacht, sind kulturelle Phänomene einem fortwährenden Wandel unterworfen, haben Geschichte. Kulturphänomene lassen sich nicht verstehen, wenn man nicht weiß, wie sie entstan-

²¹ Stephens, Mitchell (2014): *Beyond News. The Future of Journalism*. New York: Columbia University Press.

²² Vgl. Wormer, Holger (2016): *Perspektiven der Wissenschaftskommunikation: Vom Public Understanding of Science zum Public Understanding of Journalism*. In: Bonfadelli, Heinz u. a. (Hrsg.): *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation*. Wiesbaden: Springer VS, S. 429-451.

den sind und wie sie sich entwickelt haben. Für den orientierenden Journalismus ergibt sich daraus die Chance, dem Publikum durch Aufklärung vergangener Vorgänge zu einem besseren eigenen Verständnis der Gegenwart zu verhelfen.²³

(Natur-)Wissenschaft und Geschichte sind nur zwei Ressorts, die zeigen, was erklären-der Journalismus bedeutet. Der Fantasie, sich den Paradigmenwechsel von der Nachrichten- zur Orientierungsfunktion vorzustellen, sind keine Grenzen gesetzt. In der Gerichtsberichterstattung könnte er z. B. eine Abwendung vom Strafprozess hin zum Zivilprozess bedeuten, dessen Durchleuchtung für den Alltag des Publikums Orientierungshilfen bietet.

Der Paradigmenwechsel hat längst begonnen.²⁴ Ein Zeichen dafür ist, dass Zeitschriften, Magazinbroschüren und Wochenzeitungen in der Krise weniger Probleme haben als Tageszeitungen, die deshalb ihre Wochenendausgaben heute stärker als früher wie Wochenzeitungen gestalten. Und auch der Online-Journalismus bietet für narrative, literarische Darstellungsformen gute Möglichkeiten.²⁵

9. Das absehbare Ende der Querfinanzierung des Journalismus durch Werbe-Einnahmen bietet langfristig die Chance für Qualitätssteigerungen.

Länger als ein Jahrhundert, spätestens seit Karl Bücher, wurde die Finanzierung von Zeitungen durch Werbeaufträge kritisch betrachtet, weil sie die journalistische Unabhängigkeit bedroht, die unter der Bedingung der Querfinanzierung durch Anzeigeneinnahmen berufsethisch durch das Gebot zur Trennung des redaktionellen Teils von den Anzeigen durchgesetzt werden muss und daher fragwürdig bleibt. Seit dem digitalen Umbruch sehen wir im Wegbrechen der Anzeigeneinnahmen nun den

²³ Vgl. Pöttker, Horst (2011): *A Reservoir of Understanding. Why journalism needs history as a thematic field.* In: *Journalism Practice*, Vol. 5, No. 5, S. 520-537.

²⁴ Vgl. Eberwein, Tobias (2013): *Literarischer Journalismus. Theorie – Traditionen – Gegenwart.* Köln: Herbert von Halem.

²⁵ Vgl. Sturm, Simon (2013): *Digitales Storytelling. Eine Einführung in neue Formen des Qualitätsjournalismus.* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hauptgrund der Krise und entdecken erschrocken, dass die Querfinanzierung durch Werbeeinnahmen das Lebenselixier des Journalismus war.

Die frühere Kritik ist deshalb aber nicht falsch gewesen. Die Krise hält daher langfristig auch Chancen für den Journalistenberuf bereit.

Es trifft zwar zu, dass bei sinkenden Anzeigeneinnahmen der Druck der verbleibenden Anzeigenkunden auf den Journalismus steigt. Wo Informationsmedien sich diesem steigenden Druck beugen, werden sie sich irgendwann nicht mehr von Werbung oder PR unterscheiden und insofern als Journalismus verschwunden sein.

Werbeeinnahmen sind jedoch nicht die einzige Finanzierungsquelle des Journalismus. Daneben gibt es Verkaufserlöse, bei denen die Leistung der professionellen Öffentlichkeitsproduktion direkt vergolten wird. Bei Abwanderung von Anzeigen aus den journalistischen Medien müssen diese zunehmend durch ihre Verkaufserlöse finanziert werden. Ob sie sich auf dem Markt der Informationsprodukte behaupten, hängt daher in wachsendem Maße von ihrer Vertrauenswürdigkeit und Verständlichkeit ab, also ihren ureigenen journalistischen Qualitäten.

Es handelt sich um einen klassischen Fall fortschreitender funktionaler Differenzierung, der durchaus deren Sinn erfüllt, den Beteiligten durch Konzentration auf eine Funktion Effektivitätsvorteile zu bieten. Für die Wirtschaft besteht der Vorteil darin, dass bisher kaum vermeidbare Streuverluste nun vermieden werden können. Für Journalisten besteht der Vorteil darin, dass sie sich weniger mit Erwartungen und Zwängen auseinandersetzen müssen, die Werbekunden an ihre Arbeit richten. Das bietet ihnen die Chance, sich ganz auf die professionellen Qualitäten ihrer Produkte zu konzentrieren.²⁶

²⁶ Vgl. Pöttker, Horst (2013): *Journalismus in der Krise. Ein differenzierungstheoretischer Erklärungsversuch.* In: Imhof, Kurt u. a. (Hrsg.): *Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit.* Wiesbaden: Springer VS, S. 29-45.

Fraglich ist, ob professioneller Journalismus durch die nicht mehr nur berufsethisch, sondern auch technologisch herbeigeführte Trennung von Anzeigen und „redaktionellem Teil“ (Karl Bücher) tatsächlich teurer wird. Für Informationsmedien, die nicht mehr auf dem Umweg über Werbeeinnahmen finanziert werden, müssen Käufer zweifellos mehr bezahlen. Dass Zeitungen am Kiosk und im Abonnement rapide teurer werden, merken aufmerksame Leser seit einigen Jahren. Aber auch für den querfinanzierten Journalismus ist das Publikum ja bereits voll aufgekommen, indem es für die beworbenen Waren bezahlt hat.²⁷ Auf jeden Fall wird für das Publikum nun transparenter, ob und mit welchem Aufwand es sich verlässliche Information leisten will.

Eine Perspektive für den Journalistenberuf in der Krise ist daher die Hoffnung auf einen kulturellen Lernprozess, bei dem das Publikum in zunehmendem Maße zwei Dinge erkennt: was ihm hochwertige, professionell hergestellte Information wert ist; und dass es unbewusst schon immer für einen Journalismus bezahlt hat, der in der Zeit der Querfinanzierung durch Werbung sogar weniger professionell war. Auch das spricht für ein Schulfach Medienkunde. Noch wichtiger ist aber die Einsicht von Journalisten, dass sie selbst durch hochwertige Informationsgestaltung und gezielte Aufklärung ihres Publikums mehr als bisher zu diesem Lernprozess beitragen können.

10. Der unbeteiligte Beobachter hat ausgedient – Journalismus als Beruf muss sich fundamental verändern und das Publikum konkret über sich selbst informieren.

Journalistische Professionalität bedeutet nicht, sich an traditionelle, unter bestimmten Voraussetzungen entstandene Standards zu klammern, sondern eine verlässliche Orientierung an der Öffentlichkeitsaufgabe unter kulturell und historisch veränderlichen Randbedingungen. Nach einem Jahrhundert Nachrichtenjournalismus, der von hohem Tempo und Anzeigeneinnahmen lebte, tritt nun auch an diesem Beruf die

²⁷ Vgl. Geiger, Theodor (2013): *Kritische Betrachtungen über Reklame. Aus dem Dänischen von Elisabeth Bergunde. Hrsg. u. erl. v. Klaus Rodax. Frankfurt a. M.: Peter Lang, bes. S. 453-486.*

Problematik aller Institutionen zutage: Versteinerte Standards verlieren an Bedeutung, weil darunter die kulturelle und technologische Entwicklung weitergegangen ist. Aus dieser Sicht können verhärtete und ideologisierte Professionalitätsbegriffe sogar zur Entprofessionalisierung in der Krise beitragen.

Zu den kontraproduktiv gewordenen Standards gehört das journalistische Selbstbild des unbeteiligten Beobachters. In der Medienwelt, in der es entstand, gab es als technisches Hilfsmittel öffentlicher Kommunikation nur die Presse. Bei gedruckten und physisch vertriebenen Zeitungen liegt zwischen dem berichteten Ereignis und der Rezeption des Berichts stets eine Zeitdistanz. Das hat im Journalismus die Vorstellung gefördert, nicht zu dem Geschehen zu gehören, über das man berichtet, und auch nicht dazugehören zu dürfen. In dieser Konzeption werden Unabhängigkeit und Unparteilichkeit mit "Unbeteiligtsein" gleichgesetzt. Die professionelle Wahrheitspflicht wird als Pflicht zur Indifferenz interpretiert.

Heute sieht die Medienwelt anders aus. Bei elektronischen und digitalen Medien liegt nicht mehr notwendig eine Zeitdistanz zwischen Geschehen, Bericht und Rezeption. Und audiovisuelle Eindrücke spielen in der sofort und global empfangbaren Berichterstattung eine ungleich wichtigere Rolle.

Für die Sozialformation, die durch diese Medienwelt geprägt ist, hat sich der Begriff „Mediengesellschaft“ etabliert.²⁸ Damit ist der Idealtyp einer Kultur gemeint, in der die Produktion von öffentlicher Wahrnehmung und daran orientierte Handlungskalküle zu bestimmenden Faktoren geworden sind, die die Eigenlogiken anderer Handlungsfelder dominieren.

Journalismus in der Mediengesellschaft muss sich damit auseinandersetzen, dass er nolens volens selbst zur Ursache von Ereignissen und Zuständen werden kann, über die er nur zu berichten meint - bloß weil und darum er darüber berichtet. Das fängt bei banalen Dingen an, etwa wenn beim Richtfest öffentlicher Gebäude der Kranz

²⁸ Vgl. Imhof, Kurt / Blum, Roger / Bonfadelli, Heinz / Jarren, Otfried (Hrsg.): *Mediengesellschaft. Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

mehrere Male hochgezogen wird, weil der Kameramann noch keine schönen Bilder hatte. Und es endet bei Schrecknissen wie Amokläufen oder Enthauptungen durch den IS, die nicht zuletzt terroristische Inszenierungen für die Medien sind.

In einer Gesellschaft, in der Medien zentrale Faktoren der Realitätskonstitution geworden sind, muss das traditionelle Selbstverständnis des Unbeteiligtseins revidiert werden. Es geht darum, Journalismus als immer beteiligten Faktor des Geschehens zu begreifen. Auch diese Einsicht und die damit verbundene Verantwortung kann angesichts der Aufgabe, durch umfassende Information Öffentlichkeit zu schaffen, allerdings nicht zum Verzicht auf Berichterstattung führen. Nicht das Ob, sondern das Wie steht zur Debatte. Grundlegend dafür ist, dass journalistische Unabhängigkeit und Unparteilichkeit, die nach wie vor erstrebenswert sind, nicht (mehr) mit Unbeteiligtsein gleichgesetzt werden dürfen. Aufschlussreich ist das Bild des Schiedsrichters, der sich, gerade weil er weiß, dass er am Spielgeschehen beteiligt ist, davor hütet, einer Mannschaft Vorteile zu verschaffen.²⁹

Das Selbstbild des unbeteiligten Beobachters ist aber auch ein Entwicklungshemmnis in der Krise. Zusammengefasst erfordert deren Überwindung, dass Journalisten ihrem Publikum mehr über das Mediengeschäft mitteilen als bisher. Korrekturspalten, Ombudsleute, Informationen über den eigenen Beruf, um Missverständnisse zwischen sich und dem Publikum zu vermeiden und den kulturellen Lernprozess in Richtung Wertschätzung und Zahlungsbereitschaft für das Gut der professionellen Information zu fördern: Das alles lässt sich nur realisieren, wenn Journalisten sich als Teil des Geschehens begreifen, über das sie zu berichten haben.

²⁹ Vgl. Pöttker, Horst (2017): *Der (un-)beteiligte Beobachter. Zum notwendigen Wandel des journalistischen Selbstbilds in der digitalen Medienwelt.* In: Stapf, Ingrid / Prinzing, Marlis / Filipovic, Alexander (Hrsg.): *Gesellschaft ohne Diskurs? Digitaler Wandel und Journalismus aus medienethischer Perspektive.* Baden-Baden: Nomos, S. 71-86.