

1. Dezember 2003

medien heft

Glaubwürdigkeit der Medien

Beobachter der Gesellschaft oder Lügner?

Vanja Lichtensteiger-Cucak

Die Feier zum hundertjährigen Jubiläum der Medienforschung an der Universität Zürich wurde am Mittwoch, 26. November 2003 mit der Podiumsdiskussion zum Thema "Zwischen Wahrheit und Täuschung – lügen uns die Medien an?" abgerundet. In der überfüllten Aula der Universität Zürich polemisierten prominente Diskussionsteilnehmer aus Journalismus, Politik und Medienwissenschaft über Ansprüche und Wirklichkeit im schweizerischen Mediensystem.

"Medien sind nicht nur akkurate Quellen von Informationen, sondern auch Orte des Lügens und Betrügens", so die Einleitung der Organisatoren, Vertreter des Fachvereins Publizistik der Universität Zürich. Medien würden nicht nur ihre eigene Realität schaffen, sondern dadurch auch unsere Wahrnehmung beeinflussen. Die Qualität eines Medienproduktes hänge hauptsächlich von zwei Faktoren ab: von der Ausgewogenheit und der Objektivität der Berichterstattung. In Krisenfällen, bei Skandalen und Konfliktsituationen, seien wir auf glaubwürdige Medien angewiesen. Als Beobachter der Gesellschaft übten Medien auch eine "Alarmfunktion" aus: Die Macht der Mächtigen zu entkräften wäre beispielsweise eine ihrer vornehmsten Aufgaben. Im Hinblick auf die aktuelle Wirtschaftskrise standen zwei Fragen im Fokus der Podiumsdiskussion: Lässt sich in Zukunft ein kompetenter, glaubwürdiger Journalismus finanzieren? Werden die Medien unter dem wirtschaftlichen Druck an Qualität einbüßen?

Wirtschaft verschnupft, Medien auf der Intensivstation

"Wenn die Wirtschaft Schnupfen hat, liegen die Medien schon auf der Intensivstation", steht seit längerem an der Pinnwand in der Redaktion ETH Bulletin. Mit dieser Metapher lässt sich die gegenwärtige Situation in der schweizerischen Medienlandschaft am besten beschreiben. Denn gerade am Tag der Podiumsdiskussion wurden vierzehn

Impressum

Medienheft (vormals ZOOM K&M), ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Bederstrasse 76, Postfach 147, CH-8027 Zürich

Telefon: ++41 (0)1 204 17 70, Fax: ++41 (0)1 202 49 33, E-Mail: redaktion@medienheft.ch

Internet: www.medienheft.ch
kostenloser Bezug via Internet oder Mailingliste; Bezug der Medienheft Dossiers (zwei Ausgaben pro Jahr) im Abonnement inkl. Versand und exkl. Mwst. SFr. 30.-- (Ausland SFr. 35.--)

medien heft

Journalisten des Tages-Anzeigers entlassen (insgesamt wurden 38 Stellen gestrichen), was den Beginn der Diskussionsrunde überschattete. Peter Studer, ehemaliger Chefredakteur des Tages-Anzeigers und Präsident des Schweizer Presserates, zeigte sich von der Nachricht betroffen und blickte auf rosigere Zeiten zurück: "Während der 25 Jahre meiner journalistischen Karriere gab es kaum Entlassungen." Roger Köppel hingegen, der vor zwei Jahren die Redaktionsleitung der Weltwoche übernahm, musste 13 Millionen Franken Schulden auf seine Schultern laden. Auch seine Redaktion sei heute kleiner geworden. "Zuerst ausbauen und dann abbauen", war der nüchterne Kommentar von Constantin Seibt, Redakteur der WOZ: Nach TV3 und diversen Internet-Portalen, die ausgebaut wurden, wolle man jetzt abbauen. Seibt sei stolz auf seine Zeitung, die als einzige keine Entlassungen vorgenommen habe, und stellte gleichzeitig die Frage, was mit dem Nachrichtenmagazin Facts passieren werde. Für Franc Marcinkowski, Professor am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich, ist dieser Stellenabbau beim Tages-Anzeiger keine besondere Überraschung. Dass aber die Qualität darunter leiden werde, liegt für Marcinkowski – wie auch für alle anderen Diskussionsteilnehmer – auf der Hand. Jacqueline Fehr, SP-Nationalrätin, hörte öfters von betroffenen Journalisten sagen: "Die Entlassenen realisieren, worüber sie schreiben, wenn sie in derselben Situation sind wie die Leute, über die sie schreiben." Ein Stellenabbau werde auch einen Qualitätsabbau zur Folge haben, und mit schlecht recherchierten Berichten sei zu rechnen. Da auch die Weltwoche vor kurzem einige Journalisten entlassen hat, ging ein Vorwurf direkt an die Adresse Köppels: Manche der entlassenen Journalisten seien ihr Leben lang an das Blatt gebunden gewesen, meinte Seibt. Über die Gründe der Entlassung wollte sich Köppel aber nicht äussern, denn damit wäre der persönliche Datenschutz der betroffenen Personen gefährdet.

"Die Menschen werden nicht dümmer, wenn sie keine Zeitungen lesen"

Jacqueline Fehr stellte eine Ökonomisierung der Medienstrategien fest: Während eine PR-nahe Berichterstattung ausgebaut werde, werde gleichzeitig die nüchterne Reflexion abgebaut. Roger De Weck, der souveräne Moderator der Diskussion, warf die Frage nach der durchgängigen Kommerzialisierung der Inhalte zu Lasten der eigentlichen Relevanz in die Runde. "Wir können schummerige Sachen schreiben und die Leute halten uns für seriös", konstatierte Seibt. Von dem Image, in "Stacheldrahtunterhosen" herumzulaufen, wollten die WOZ-Redakteure aber wegkommen, meinte er scherzhaft. Darüber hinaus charakterisierte er Facts als ein Antimedium, dessen Hauptnachricht manchmal lauten würde: "Diese Woche haben wir gar keine Nachricht". "Die Menschen werden nicht dümmer, wenn sie keine Zeitungen lesen", fasste Seibt zusammen. "Ein Siegeszug des Irrelevanten lässt sich empirisch nicht bestätigen", meinte hingegen Marcinkowski. Schon seit den 80er-Jahren gebe es im Rundfunk vermehrt Sendungen, die dem Boulevard-Genre zuzuschreiben seien; die privaten Sender hätten aber in letzter Zeit zur Politisierung ihrer Programme angesetzt, und bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern sei eine regelrechte Informationsoffensiven zu beobachten.

"Watch dogs of society and democracy"

Punkto Glaubwürdigkeitsverlust meinte Peter Studer: "Wenn die Medien ihre Qualitätsfunktion nicht erfüllen, werden sie nicht nur an Glaubwürdigkeit, sondern auch an Erfolg verlieren". Glaubwürdigkeit hätten aber, so Studer, alle westlichen Institutionen verloren: Kirchen, Parteien und wirtschaftliche Abzocker stünden diesbezüglich in einer Reihe mit den Medien. Im Weiteren appellierte er an die Fähigkeit der Medien zu kriti-

sieren und zu kontrollieren, also "watch dogs of society and democracy" zu sein. Wenn es den Medien gelänge, trotz einer ökonomischen Beschränkung ihre Informations- und Orientierungsfunktion sowie ihre Artikulationsfunktion als "Frühwarnsystem" zu erfüllen und ein gutes Agenda-Setting für die öffentliche Diskussion zu betreiben, dann würden auch die Medien, die jetzt grosse Schwierigkeiten hätten, auf etwas tieferem finanziellen Level und mit etwas kleinerer Auflage überleben. Denn diese brauche es in der Gesellschaft. "Hingegen Pendlerezeitungen, die in den letzten Jahren über uns gekommen sind, braucht es eigentlich nicht", so Studer dezidiert.

Glaubwürdigkeit oder Schock-Effekt?

"Setzt die Weltwoche auf Glaubwürdigkeit oder auf Schock-Effekt? Ist Konsistenz wichtig oder jeder Schuss Aufsehen erregend?" Auf diese Provokation De Wecks entgegnete Köppel: "Meine konzeptionellen Vorschläge an den Geschäftssitzungen wurden immer als zu elitär und zu intellektuell empfunden, die Umsetzung jedoch als zu plakativ." Die Weltwoche sei ein interessantes, ein provokatives, aber bestimmt nicht ein unglaubwürdiges Blatt, denn die Leser wollten nicht an der Nase herumgeführt werden. "Als Wochenzeitung müssen wir etwas Zusätzliches leisten, was die Tageszeitungen nicht leisten müssen", betonte Köppel, worauf Studer hinzufügte: "Aber stimmen muss es ja auch noch, Herr Köppel!", in Anspielung auf einen Artikel über Flüchtlinge in der Schweiz, der während der SVP-Wahlkampagne in der Weltwoche erschienen und vom Presserat schwer kritisiert worden war.

"Verona Feldbusch ist meine Kollegin"

In der weiteren Diskussion ging es um die Fehlentwicklungen im Journalismus: von Nachrichten – "etwas, wonach man sich richtet" – über "News" bis hin zum "Content". Im Sinne des "Content" sei Verona Feldbusch seine Kollegin, meinte De Weck. Auch Jacqueline Fehr kritisierte die mangelnde Unterscheidungsfähigkeit im Journalismus: "Viele Journalisten sind bequem, mit fünf Zitaten geben sie sich zufrieden." Dabei vermisste sie das klare Rollenverständnis der Journalisten, denn "sehr viele JournalistInnen sind Mächtegern-Politiker". Zudem fehlten laut Fehr vielen Medienschaffenden im politischen Journalismus die Lust und die Neugier. Marcinkowski relativierte: "Die Medien geniessen immer noch eine ausgesprochen grosse Glaubwürdigkeit, eine viel grössere als andere gesellschaftliche Institutionen wie beispielsweise politische Parteien". Schliesslich habe eine Umfrage ergeben, dass 85 Prozent der Nutzer ihren Medien vertrauten.

Sind Medien PR-infiziert?

"Wie kann man den Medien vertrauen, wenn so viel PR darin vorkommt?" warf De Weck skeptisch in die Runde. Das Vertrauen in die Medien und ihr Nutzen seien unabhängig von ihrer Glaubwürdigkeit, so Marcinkowski. Die Nutzer hätten kaum andere Möglichkeiten, sich in einer unübersichtlichen Welt zurechtzufinden. Fressen denn die Medienkonsumenten alles, was ihnen serviert wird? Nach Marcinkowski haben sie eben nichts Besseres, das in ähnlich leichter Weise zugänglich wäre und ihrer Orientierung dienen würde. Sehr viele krankhafte Erscheinungen in der Medienwelt stellte auch Studer fest, wie ein "unsinniges Wachstum" der Talk-Shows oder viele "flache" Interviews in den Printmedien. Zur Beeinflussung des Journalismus durch PR räumte er ein, dass PR ein

medien heft

Informationskanal sei, der in die Redaktionen hineinreiche. Und gelegentlich würde etwas von diesem PR-Material in die Berichterstattung einfließen. Es gebe aber noch immer ein professioneller Umgang mit PR-Meldungen, und in den Zeitungen stünde doch letztlich relativ wenig PR drin, obwohl sogar Agenturmeldungen teilweise PR-infiziert seien.

Medien müssen Aufklärung leisten

Frauen- und Automobilzeitschriften oder Reiseberichterstattung seien sehr PR-lastig, stellte De Weck fest und wollte von den Podiumsteilnehmern wissen, ob wir es mit einer schleichenden Korruption des Mediensystems zu tun haben. "Wir sind im Fiktionsbusiness, wir erzählen Geschichten, die vielleicht auf Fakten basieren", sagte Seibt selbstironisch. Diese kulturpessimistische Attitüde wollte Köppel aber nicht teilen: "Es wird viel Überflüssiges produziert, andererseits sind die Zeiten spannend wie noch nie." Wer nichts daraus mache, sei selber schuld, so Köppel. Das Fazit von Marcinkowski lautete: "Die Medien sollen nicht die Wahrheit suchen, sondern die Beobachtung der Gesellschaft öffentlich machen". De Weck hingegen konterte: "Aufklärung muss unser Anspruch an die Medien bleiben, sonst sind wir im Journalismus fehl am Platz; wir zerstören das Mediensystem sowie die Gesellschaft selbst."

Vanja Lichtensteiger-Cucak studierte Physik und Publizistikwissenschaft. Sie ist Redakteurin beim ETH Bulletin sowie im künstlerischen Bereich tätig.

Links:

Fachverein Publizistik an der Universität Zürich: <http://www.fvpublizistik.ch>
ETH Bulletin: <http://www.cc.ethz.ch/media/bulletin>

Der Text befindet sich im Internet unter:
http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k21_Lichtensteiger-CucakVanja.html