

Der professionelle Journalismus ist systemrelevant und wurzelt in der Aufklärung

I. Medien- und Öffentlichkeitskritik

»Unser Zeitalter ist das eigentliche Zeitalter der Kritik, der sich alles unterwerfen muss. Religion durch ihre Heiligkeit und Gesetzgebung durch ihre Majestät wollen sich gemeiniglich derselben entziehen.

Aber alsdann erregen sie gerechten Verdacht wider sich und können auf unverstellte Achtung nicht Anspruch machen, die die Vernunft nur demjenigen bewilligt, was ihre freie und öffentliche Prüfung hat aushalten können.«

Immanuel Kant (1787): Kritik der reinen Vernunft

Drei unabdingbare Funktionen der „freien Öffentlichkeit“ in der Demokratie:

- 1. Forumsfunktion.**
- 2. Kontroll- und Legitimationsfunktion.**
- 3. Integrationsfunktion.**

Drei Qualitätsanforderungen an die öffentlich Debattierenden:

- 1. Universalitätsprinzip. Für den Austritt aus der Unmündigkeit durfte die ständische oder religiöse Herkunft keine Rolle spielen. Und: kein Thema darf prinzipiell dem Zugriff der Vernunft entzogen sein. Die Vernunft ist allen Menschen möglich – sie ist universell. Das mündet in die dreifache Vielfaltsnorm: Themen, Personen, Meinungen.**

Drei Qualitätsanforderungen an die öffentlich Debattierenden:

- 2. Objektivitätsprinzip. Präzise Darstellung von Sachverhalten, sorgfältige Begründung von Normen und Berücksichtigung bereits genannter Argumente jenseits von Eigeninteressen. Das mündet in Professionalitätsnormen wie Quellentransparenz und Faktengerechtigkeit.**

Drei Qualitätsanforderungen an die öffentlich Debattierenden:

- 3. Relevanzprinzip. Mit dem Interesse für das Gesetzmässige und damit Allgemeine hatte sich das Räsonnieren auf das für alle Bedeutende zu konzentrieren. Dies mündet in die Bevorzugung von Politik, Wirtschaft und Kultur (Wissenschaft) und die entsprechende Ressortgliederung.**

Zwei Traditionen der Öffentlichkeitskritik:

- 1. Kritik an der Überformung der Öffentlichkeit durch den Staat.**
- 2. Kritik an der Privatisierung der Öffentlichkeit.**

Aktuell: Neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit

- 1. Entgrenzung von Ökonomie und Politik vom Nationalstaat.**
- 2. Ausdifferenzierung eines eigenlogischen Mediensystems.**

Fünf zentrale Effekte des neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit:

- 1. Entdifferenzierung. Abbau von Ressorts und damit von Spezialwissen; Abfüllung derselben Inhalte in verschiedene Kanäle; Zusammenzug unabhängiger Redaktionen in News-Rooms; Ausdünnung von Korrespondentennetzen und gesteigerte Abhängigkeit von Agenturen.**

Fünf zentrale Effekte des neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit:

- 2. Entprofessionalisierung des Journalismus durch die Entdifferenzierung zu Gunsten eines Allround- und Multikanaljournalismus und durch die Abwanderung erfahrener Journalisten in die PR-Branche. Beobachtbar ist ein Statusverlust des Berufsstandes.**

Fünf zentrale Effekte des neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit:

- 3. Moralisch-emotionale Aufladung und episodischer Journalismus. Zunahme der Personalisierung, Privatisierung, Konfliktstilisierung und Skandalisierung; weniger journalistische Einordnung; Expansion von Human Interest.**

Fünf zentrale Effekte des neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit:

- 4. Medienpopulismus und politischer Populismus.**
Die Empörungsbewirtschaftung prägt zunehmend beide Systeme: Politik und Medien treffen sich in empörungsträchtigen Events und Kampagnen, die gleichermassen Aufmerksamkeit für das politische Personal wie für die Medien sichern.

Fünf zentrale Effekte des neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit:

- 5. Schichtung und Segmentierung. Durch die Zielgruppenorientierung der Medien sind die Unterschiede der Aufmerksamkeitslandschaften auf der Basis von Bildungsabschlüssen, Herkunft und Generationen. Durch die Orientierung am Human Interest vergrössern sich die sprachregionalen Unterschiede.**

- **Zunahme qualitätsschwacher Medien on- und offline und massive Finanzierungsprobleme des professionellen Journalismus**
- **Inhaltlich haben wir es mit einer Zunahme der Personalisierung, der emotionalen Aufladung, des Episodischen, mit einem Professionalitätsverlust und einer Schrumpfung der Welt zu tun**
- **Sozial haben wir es mit einem steigenden Vertrauensverlust in die Medien, einem Statusverlust des Journalismus mitsamt einer Abschichtung und Segmentierung des Publikums sowie mit einem weiter gesunkenen Kostenbewusstsein für journalistische Leistungen zu tun**
- **Politisch führt dies zu einem Rationalitätsverlust in der demokratischen Auseinandersetzung zu Gunsten einer moralisch-emotionalen Urteilsbildung. Der politische Populismus wird durch den Medienpopulismus befördert**

II. Wahrnehmungsverschiebungen

- 1. Neue Aufmerksamkeitslandschaften**
- 2. Veränderte Weltwahrnehmung**
- 3. Veränderte Politikwahrnehmung**
- 4. Veränderte Wahrnehmung der Ökonomie**
- 5. Veränderte Wahrnehmung der sozialen Ordnung**

Neue Aufmerksamkeitslandschaften:

Kommunikationsereignishierarchie POSTHÖRNCHEN 1840

1. Aufhebung des kantonalen Paritätsprinzips	61
2. Aargauer Verfassungsrevision	48
3. Alleinseeligmachende röm.-kath. Konfession	36
4. Mellinger Versammlungen	26
5. Volksaufhetzung durch Jesuiten	16
6. Verwerfliche Moral der Ultramontanen	12
7. Schweizer Volksmission der Jesuiten	10
8. Ultramontane Bewegung im Freiamt	9
9. Aufhebung des Wahlzensusartikels	8
10. Handlungsunfähigkeit der Tagsatzung	6

Neue Aufmerksamkeitslandschaften:

Kommunikationsereignishierarchie Tele M1 2010

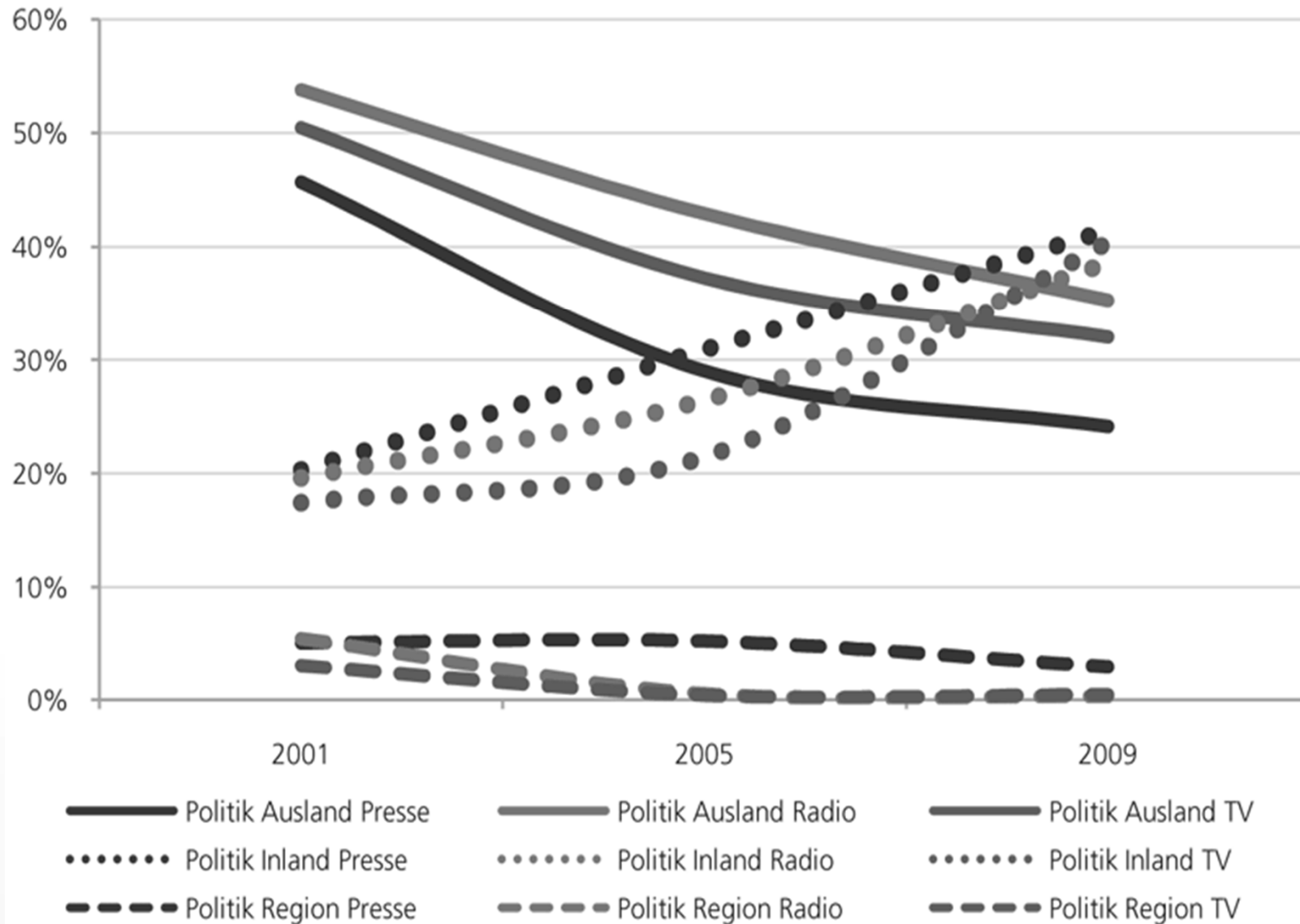
1.Fussballweltmeisterschaft 2010	11
2.Bundesratswahlen	10
3.Wintereinbruch Schweiz / Verkehrsunfälle	8
4.Krise FC Aarau / Trainerwechsel	8
5.Ausschaffungsinitiative	7
6.Pädophilie in der Katholischen Kirche	7
7.Bootsdrama Bielersee	7
8.Autounfall Rentnerin Gösgen / Hund überlebt	7
9.Prozess Brand Tiefgarage Gretzenbach	7
10.Olympia 2010 Vancouver	6

Neue Aufmerksamkeitslandschaften:

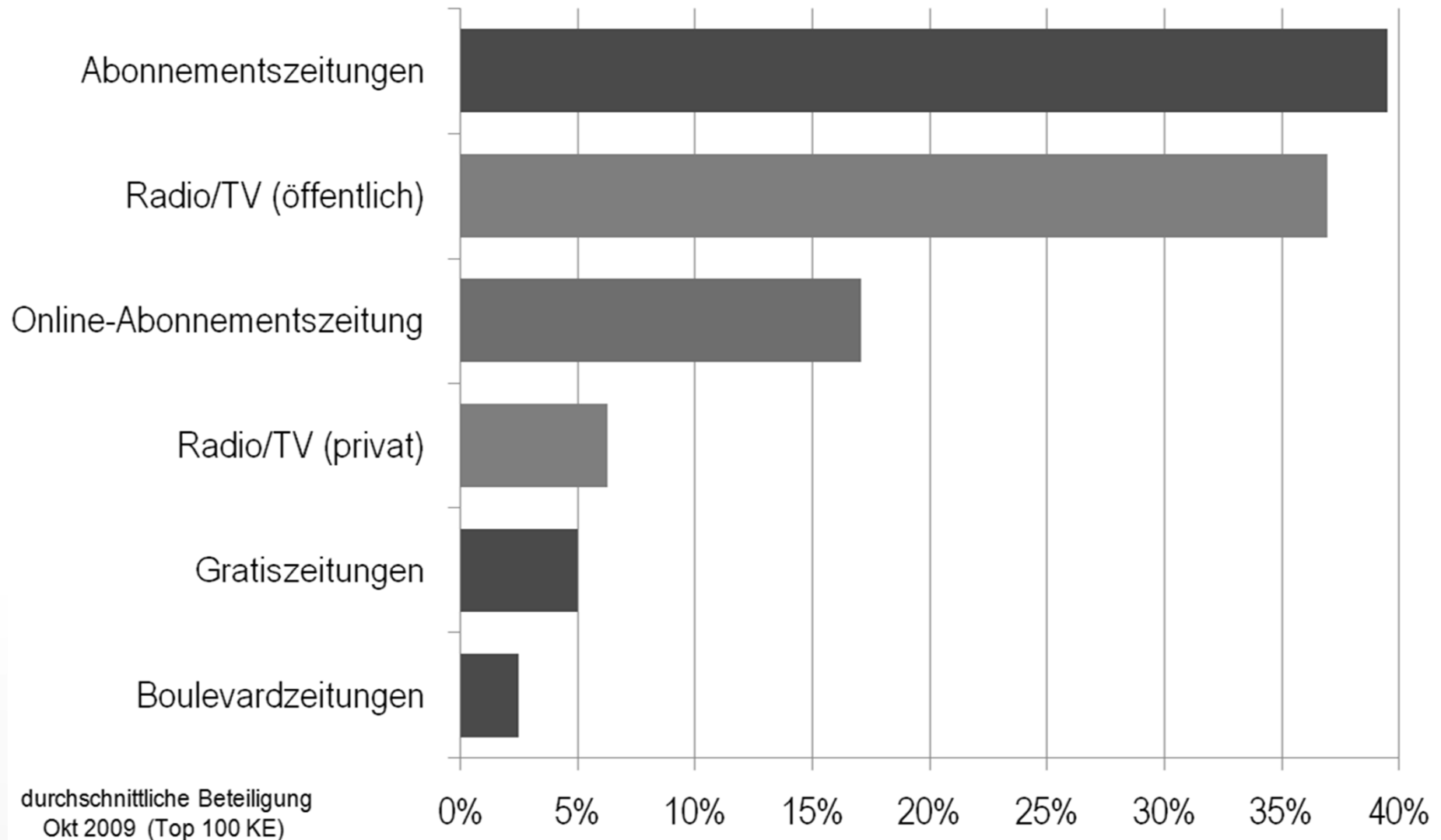
Kommunikationsereignishierarchie 20 Minuten 2010

1.Fussballweltmeisterschaft 2010	29
2.Libyenaffäre	7
3.Fussball Champions League Saison 2009/10	7
4.Erdbebenkatastrophe Haiti	6
5.Olympia 2010 Vancouver	6
6.Explosion Deepwater Horizon	6
7.Fussball Champions League Saison 2010/11	6
8.Bundesratswahlen	5
9.Fussballmeisterschaft Saison 2009/10	5
10.Formel 1 Saison 2010	4

Weltwahrnehmung: Schrumpfende Welt



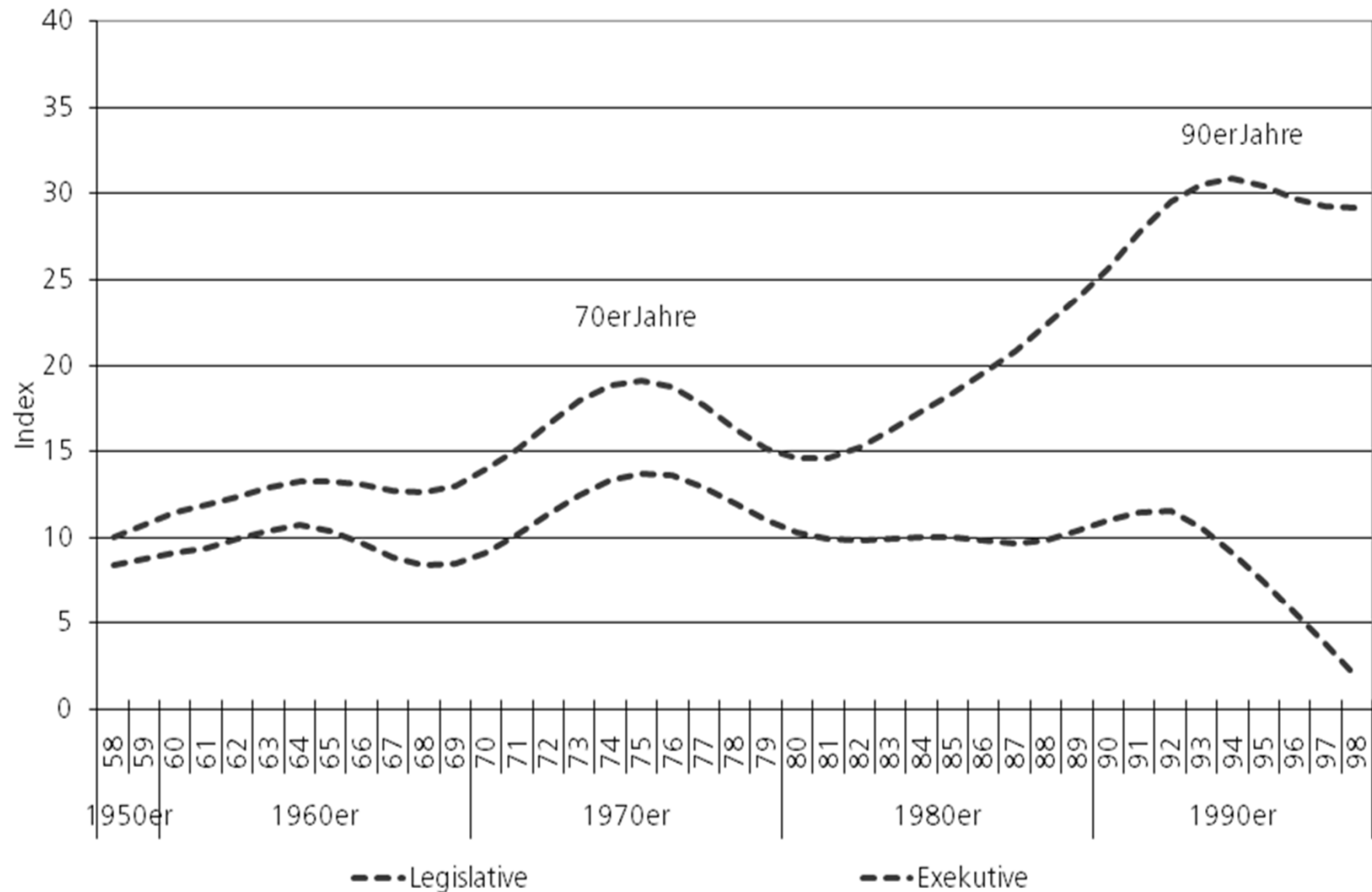
Weltwahrnehmung: Schrumpfung im Querschnitt



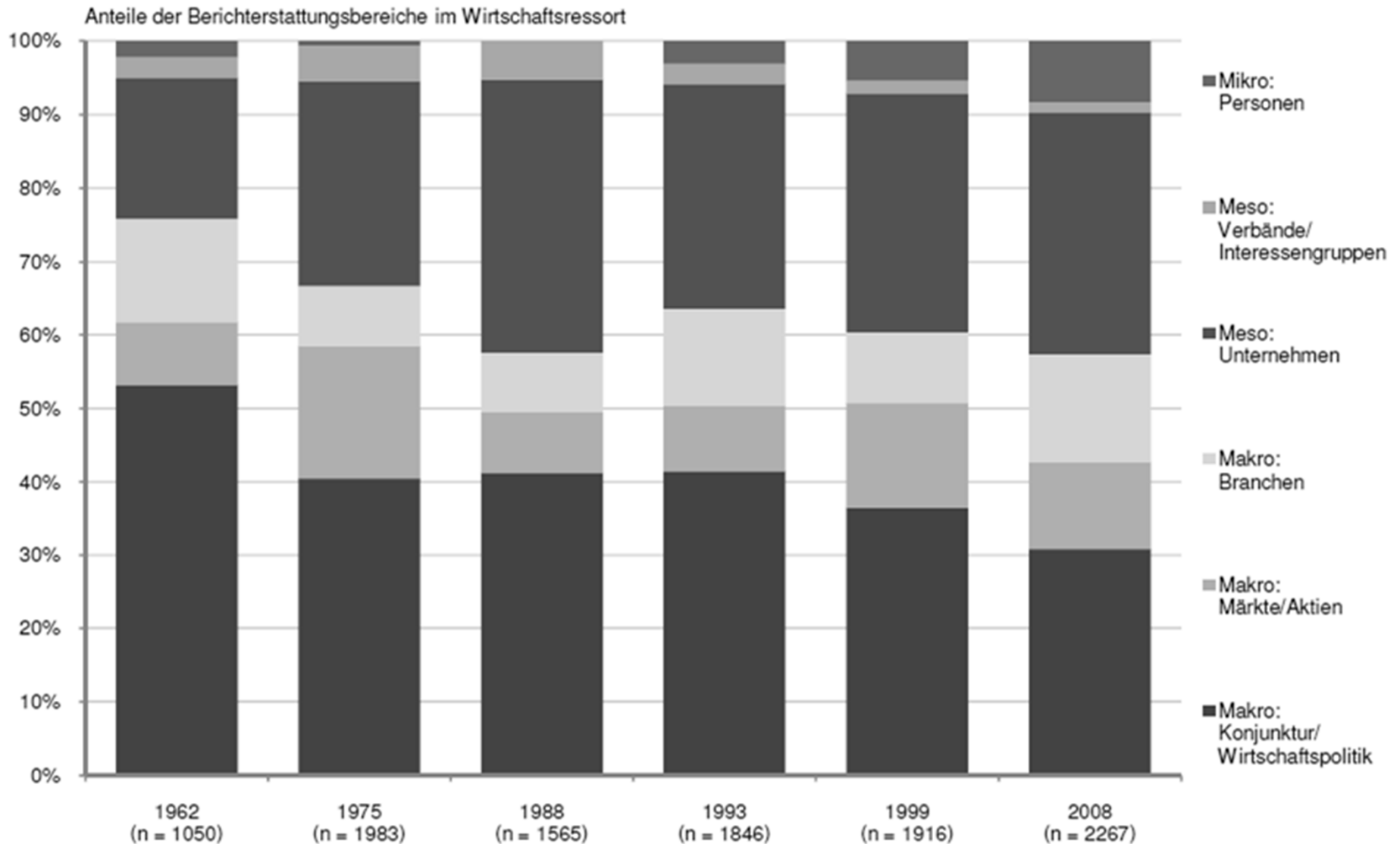
Weltwahrnehmung: Schrumpfung im Querschnitt

Kommunikationsereignisse	Abonnements- zeitungen	Radio / TV (öffentlich)	Internetaus- gaben (Print)	Radio / TV (privat)	Gratis- zeitungen	Boulevard- zeitungen
durchschnittliche Beteiligung	40%	37%	17%	6%	5%	2.50%
Regierung Merkel						
Neuordnung in Afghanistan						
Berlusconi - Strafverfahren						
Terrorismus in Pakistan						
Nahost-Konflikt						
Armenien - Schatten Türkei						
Bürgerkrieg im Irak						
Verfassung / Reform EU						
Tribunal Bosnien Den Haag						
Atomwaffenstreit Iran						
Schatten Kalter Krieg / 1989						
Affäre Frédéric Mitterand						
Finanzmarkt Regulierung						
Karriere Jean Sarkozy						
Reformprozess Iran						
Militärputsch Honduras						
Klimapolitik UNO						
IWF / IMF Währungsfonds						
Wahlen in Griechenland 2009						
EU-Ratspräsidium/-Aussenminister						

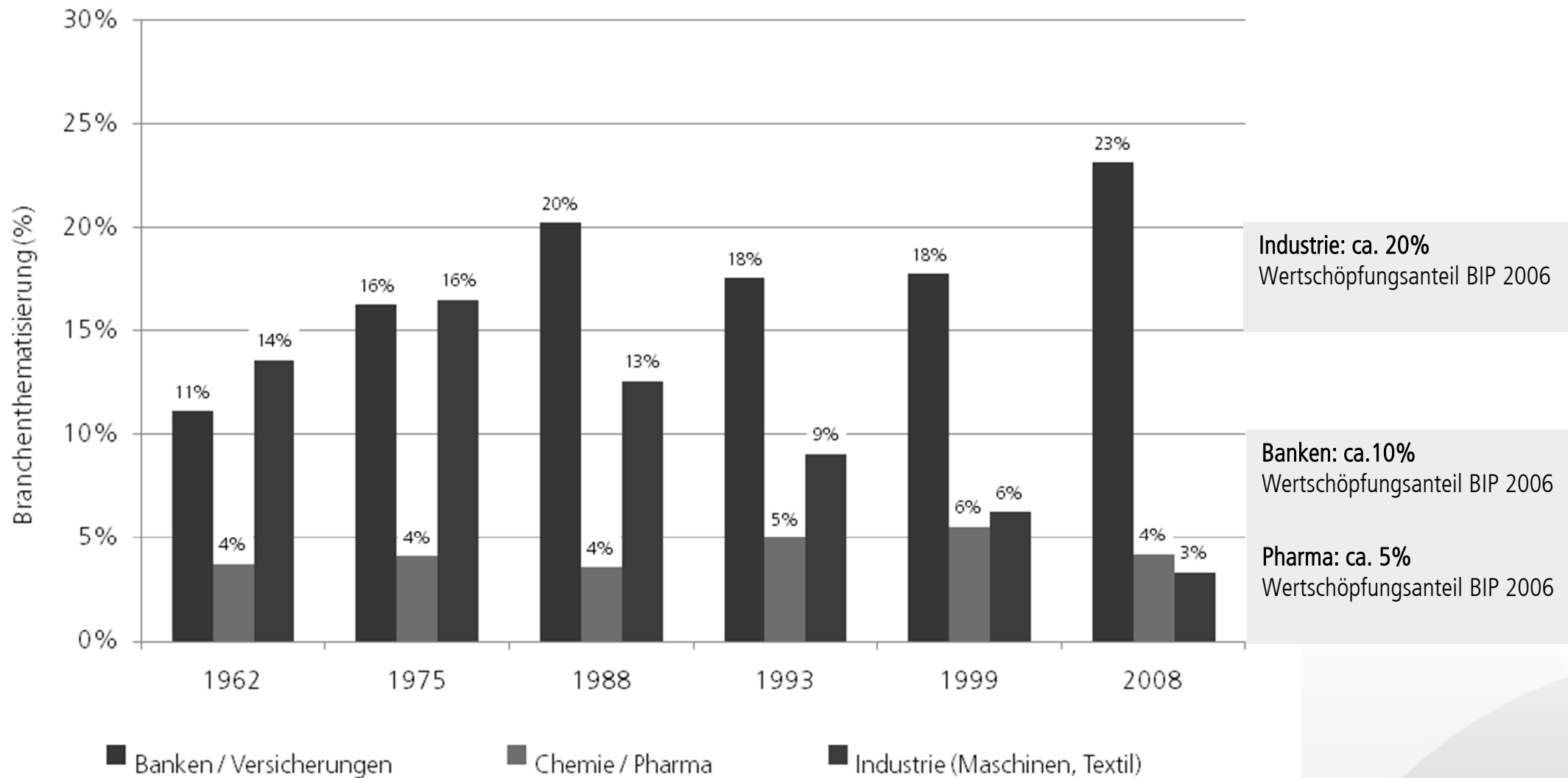
Politikwahrnehmung: Dominanz der Exekutive



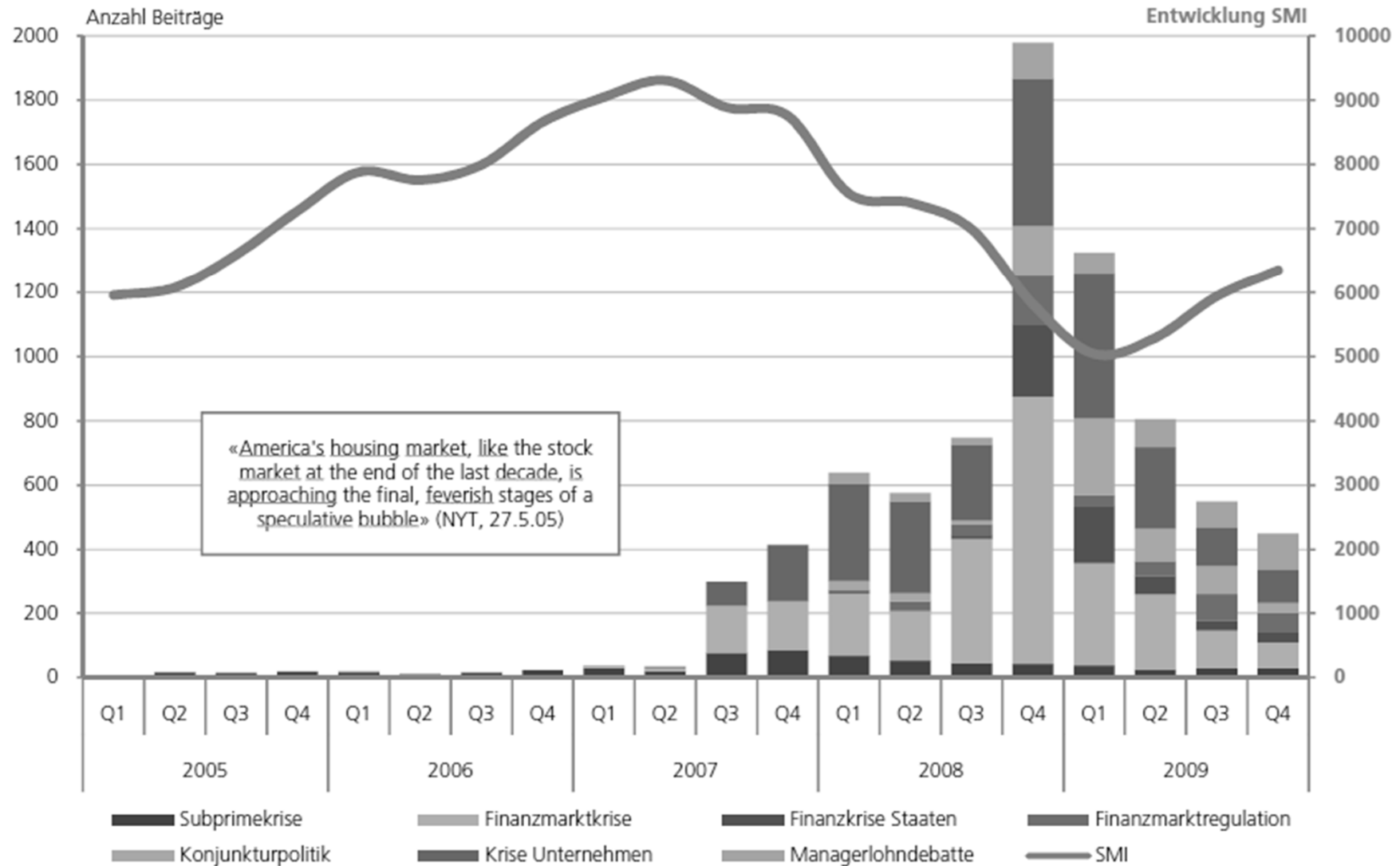
Wahrnehmung der Ökonomie: Makroverluste



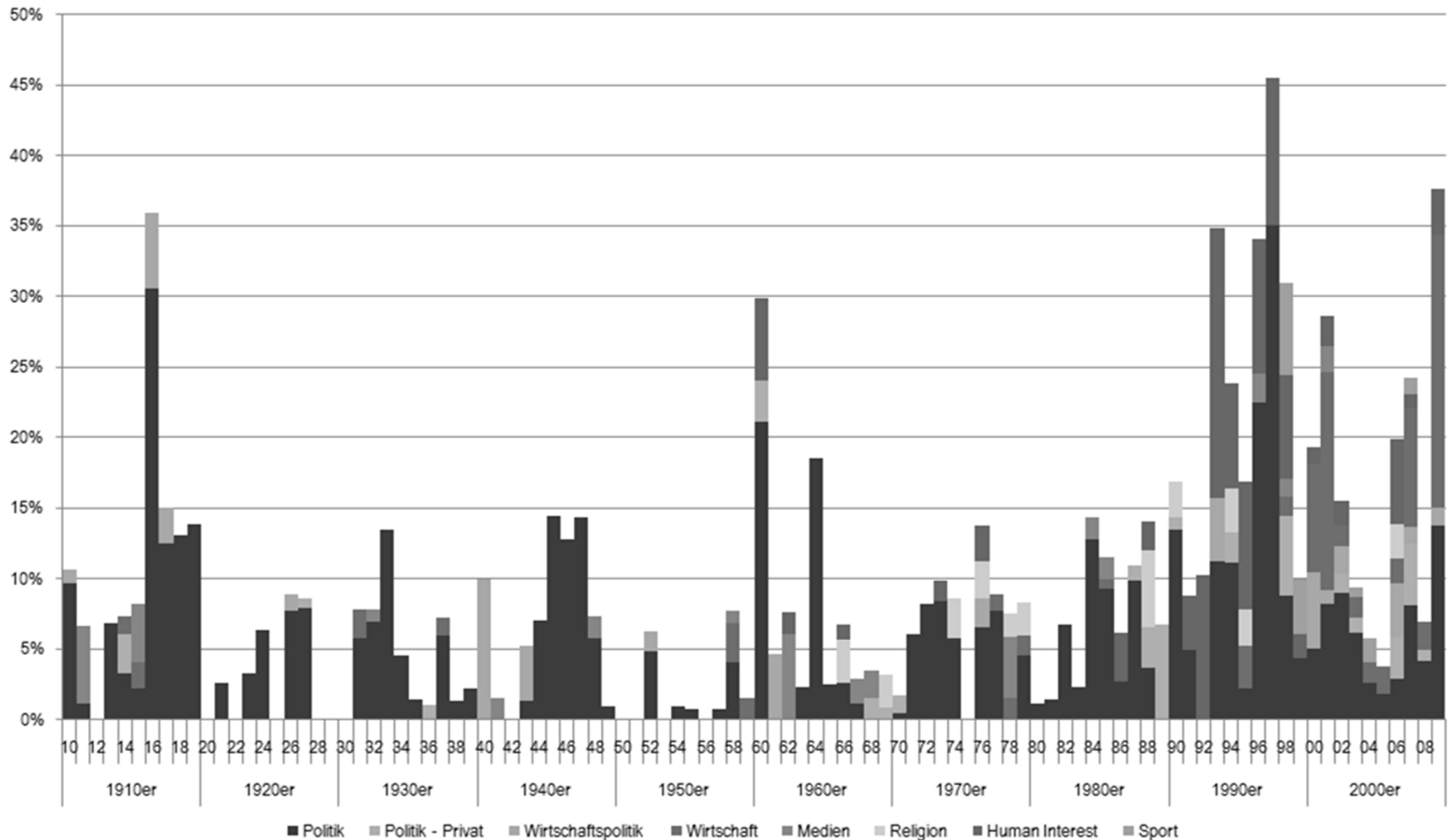
Wahrnehmung der Ökonomie: Finanzen über alles



Wahrnehmung der Ökonomie: Finanzmarktkrise



Wahrnehmung der sozialen Ordnung: Skandalisierung



- 1. Neue Aufmerksamkeitslandschaften: Human Interest und Sport**
- 2. Weltwahrnehmung: Verengung, Stratifizierung und Segmentierung**
- 3. Politikwahrnehmung: Entwertung des Parlaments zu Gunsten der Exekutive**
- 4. Wahrnehmung der Ökonomie: Distanzverlust und Blasenbildungseffekte**
- 5. Wahrnehmung der sozialen Ordnung: Expansion der personalen Skandalisierung und Reflexionsverlust für strukturelle Zusammenhänge**

Qualitätsverlust der Medien ist ein Systemrisiko der Demokratie

- **Neue Medienpolitik: Von der Giesskanne zur gattungsunabhängigen Förderung des Qualitätsjournalismus nach formalen und inhaltlichen Kriterien, jedoch nur unter der Bedingung von Bezahlschranken (keine Förderung von Gratismedien on- und offline)**
- **Neue Qualitätsanalytik: Systematische und repetitive Qualitätsbeobachtung auf der Basis der klassischen Qualitätsindikatoren (Universalitäts-, Objektivitäts- und Relevanzprinzip) als Basis der Medienförderung wie als Benchmark für das Publikum**

Qualitätsverlust der Medien ist ein Systemrisiko der Demokratie

- **Medienkompetenz im Bildungssystem verankern: Weniger politisch korrektes Surfen im Internet, dafür synchron und diachron vergleichende Darstellung der Leistungen der Informationsmedien. Stärkung der Medienmarken und Nutzung ihrer Distinktionskraft**
- **Neue Verantwortung der öffentlich-rechtlichen Medien: Stärkung der Ausland- und Wirtschaftsberichterstattung; Versachlichung der politischen Auseinandersetzung; Ausbau Online und Zusammenarbeit mit privaten Anbietern**



VI. Jahrbuch Qualität der Medien

5

6

Vorwort	7
Einleitung	11
Hauptbefunde	21
Kapitel I: MEDIENARENA	33
I.1 Publizistische Versorgung	35
I.2 Qualitätsvalidierung	52
I.2.1 Vielfalt	54
I.2.2 Relevanz	60
I.2.3 Aktualität	67
I.2.4 Professionalität	70
Kapitel II: PRESSE	75
II.1 Publizistische Versorgung	77
II.2 Qualitätsvalidierung	83
II.2.1 Vielfalt	85
II.2.2 Relevanz	93
II.2.3 Aktualität	105
II.2.4 Professionalität	111
Kapitel III: RADIO	123
III.1 Publizistische Versorgung	125
III.2 Qualitätsvalidierung	133
III.2.1 Vielfalt	136
III.2.2 Relevanz	145
III.2.3 Aktualität	159
III.2.4 Professionalität	166
Kapitel IV: FERNSEHEN	171
IV.1 Publizistische Versorgung	172
IV.2 Qualitätsvalidierung	181
IV.2.1 Vielfalt	184
IV.2.2 Relevanz	194
IV.2.3 Aktualität	211
IV.2.4 Professionalität	219

Kapitel V: ONLINE	223
V.1 Publizistische Versorgung	225
V.2 Qualitätsvalidierung	231
V.2.1 Vielfalt	233
V.2.2 Relevanz	242
V.2.3 Aktualität	252
V.2.4 Professionalität	257
Kapitel VI: VERTIEFUNGSTUDIEN	267
VI.1 Qualität der Medienberichterstattung zur Minarettinitiative	267
VI.2 Wirtschaftsberichterstattung in der Krise	275
Anhang 1: Methodik	285
Anhang 2: Medienstatistiken	303
2.1 Presse	305
2.2 Radio	329
2.3 Fernsehen	339
2.4 Online	349
Medienregister	359
Glossar	363
Autorenverzeichnis	373

A. Publizistische Versorgung

- Nutzung und Verbreitung der grössten Medientitel der verschiedenen Gattungen
- medienökonomische Faktoren (z.B. Besitzstrukturen, Werbeerlöse etc.)
- 137 Titel in allen Sprachregionen (alle Informationsmedien bei Nutzung von über 0.5% des sprachregionalen Universums)

B. Qualitätsvalidierung Presse, Radio, Fernsehen, Online-Newssites

- Indikatoren: Vielfalt, Relevanz, Aktualität und Professionalität
- 46 Medientitel aus den Gattungen Presse, Radio, Fernsehen und Online aus den drei grossen Sprachregionen
- Frontseiten-Analytik und Angebotsstruktur (4. Quartal 2009)

C. Vertiefungsanalysen

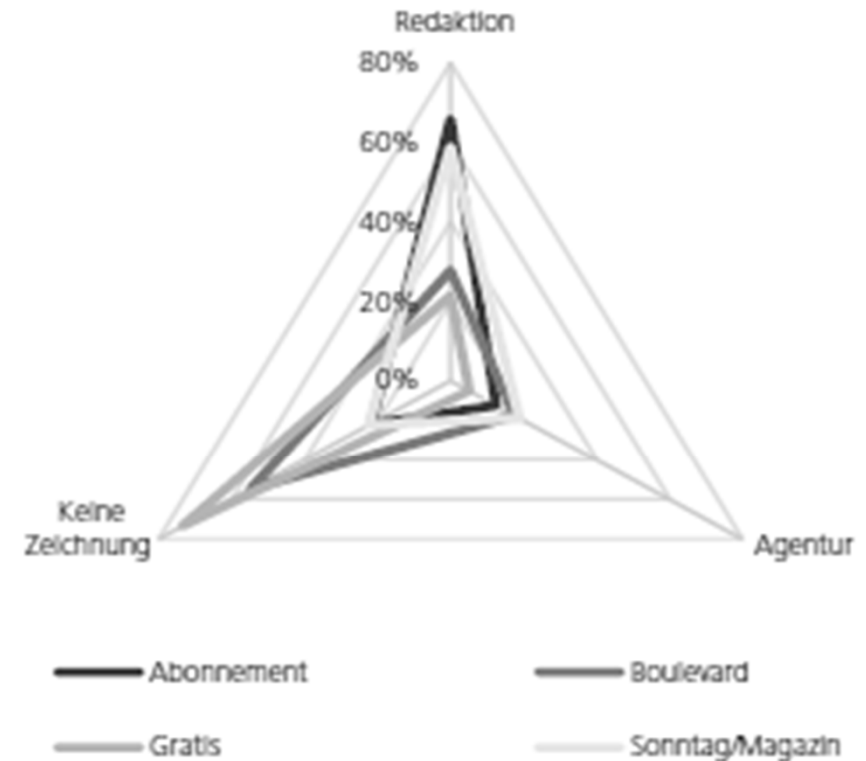
Relevanz (Personalisierung / Privatisierung)

- Qualitätsunterschiede und -defizite, Beispiel Relevanz
- Abo-Zeitungen und öff. Radio als Qualitätsträger
- Online: Orientierung an „soft news“
- Qualitätsschwache Medien auf dem Vormarsch (Nutzung)

Medientyp	Thematisierung Mikro in allen Sphären
Abonnementszeitungen	25%
Öffentliches Radio	26%
Öffentliches Fernsehen	35%
Privatradio	35%
Sonntagszeitungen/Magazin	39%
Abonnement-Online	40%
Privatfernsehen	47%
Gratiszeitungen	52%
Gratis-Online	52%
Boulevard-Online	64%
Boulevardzeitungen	68%

- Qualitätsgefälle zwischen regionalen und überregionalen Tageszeitungen
 - Regionalisierung und Boulevardisierung

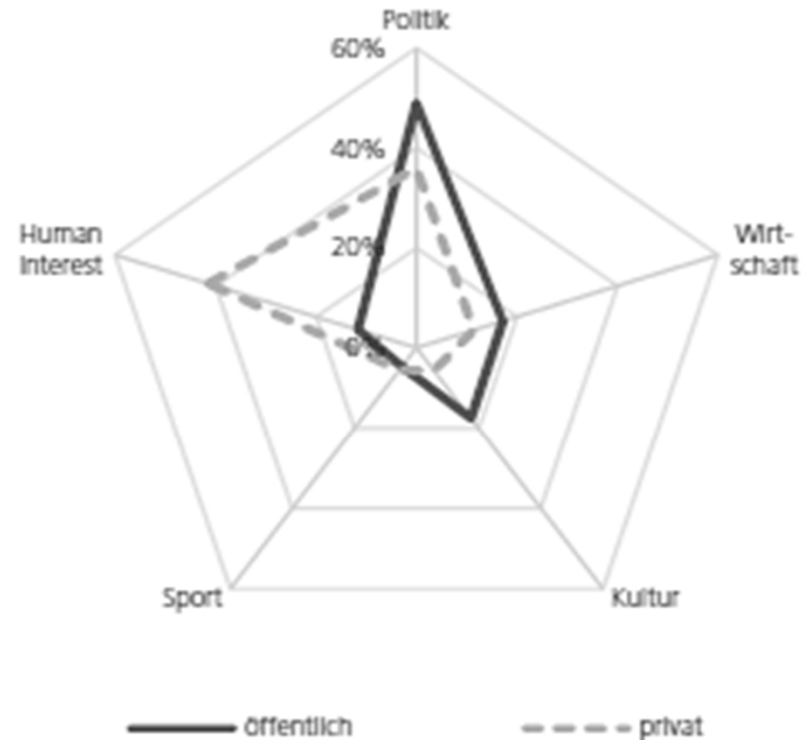
- Qualitätsdefizite der Gratiszeitungen
 - Fokus auf Human Interest, personalisierte Politikberichterstattung, episodische Berichterstattung, moralisch-emotionaler Stil, wenig Eigenleistungen



Darstellung 4: Politikressort – Quellentransparenz und redaktionelle Eigenleistung

Relevanz: Thematisierte Gesellschaftssphären beim Radio

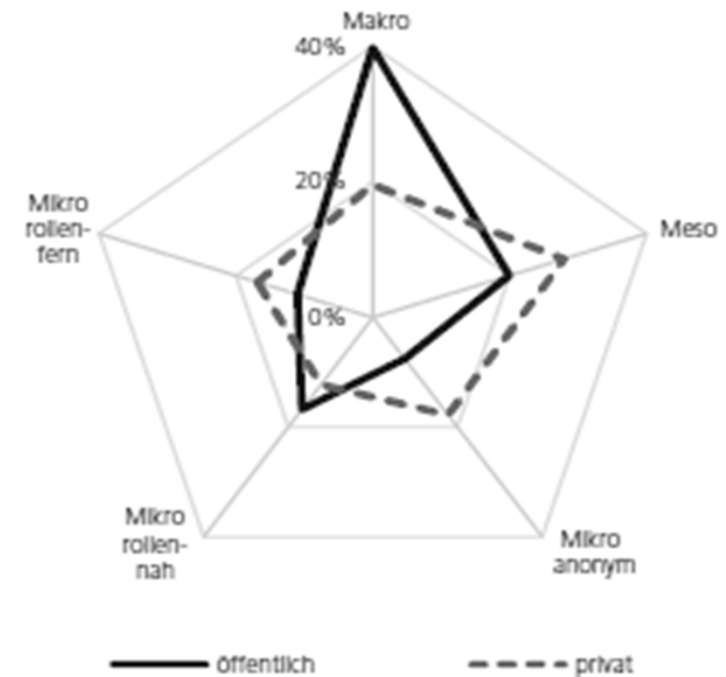
- Programme der SRG als Qualitätsträger
 - vielfältige und relevante Themen in den Hauptnachrichtensendungen
- Privatsender: geringer Anteil an Info-Sendungen, episodische, am Human Interest orientierte Berichterstattung; kaum Eigenleistungen, Fokus auf wenige „Top-Themen“
 - Ausdruck eines ressourcenarmen Allround-Journalismus



Darstellung 6: Kommunikationsereignisse der Aufmacherbeiträge – thematisierte Gesellschaftssphären

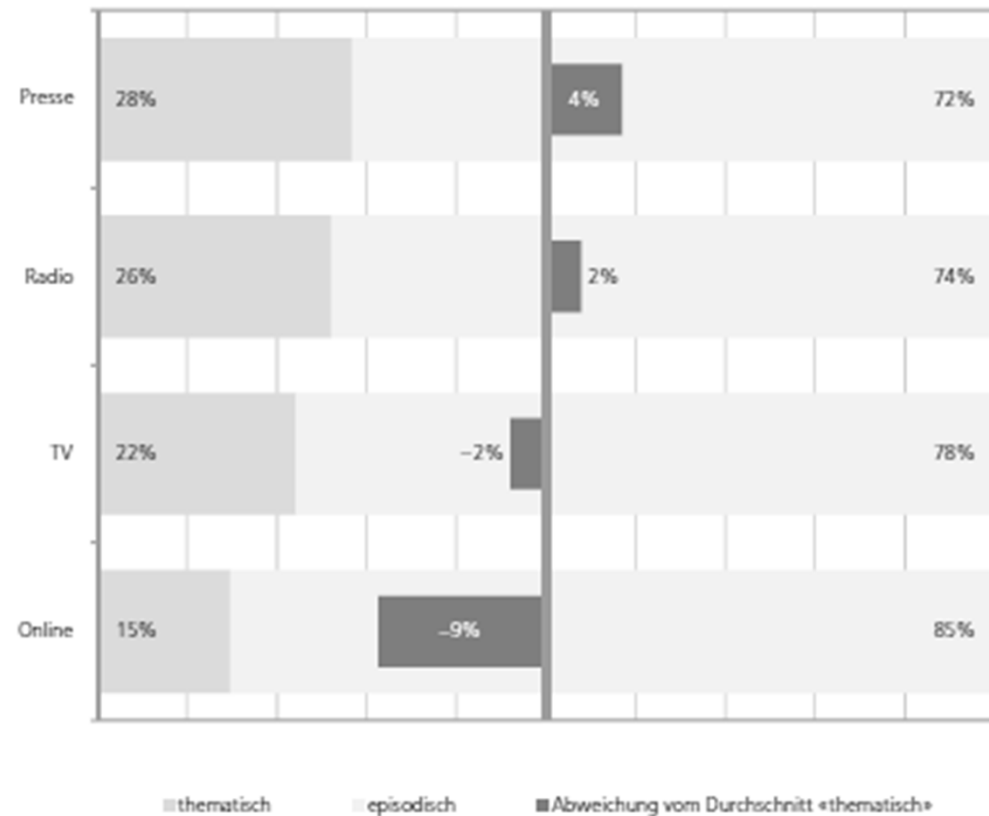
Relevanz: Bezüge zu Sozialebenen beim Fernsehen

- Programme der SRG als Qualitätsträger
 - vielfältige und relevante Themen in den Hauptnachrichtensendungen
 - Aber: stärkere Vermittlung von „soft news“ als im Radio
- Privatsender: geringer Anteil an Info-Sendungen, episodische, am Human Interest orientierte Berichterstattung; moralisch-emotionaler Stil; Fokus auf wenige (politische) „Top-Themen“
 - Ausdruck eines ressourcenarmen Allround-Journalismus



Darstellung 8: Aufmacherbeiträge – Beitragsfokus auf Sozial-ebenen

- Online-Newssites: Gattung mit den ausgeprägtesten Qualitätsdefiziten
- Konvergenz zwischen den Typen
- Gewisse „Pfadabhängigkeiten“ von „Muttermedien“, aber:



- Mehr Human Interest und Personalisierung/Privatisierung
- Ausgeprägt episodische Berichterstattung ohne Einordnung
- Schmale Berichterstattung über das Ausland in Gestalt „aufgepeppter“ Agenturmeldungen