

Der G-Faktor

«Was ist eigentlich guter Journalismus?»
fragte die Akademie für Publizistik in Hamburg.
Der Versuch einer Antwort.
Von Philipp Cueni

Aufnahme läuft.
Klaus Brömmelmeier und
Paula Dombrowski.



Bild: Marco Zanoni

Der Stoff ist interessant, die Fakten sind gründlich recherchiert, die Geschichte gut erzählt, der Text brillant geschrieben. Die handwerklichen Qualitäten des guten Journalismus sind bekannt, vielfach

publiziert und grundsätzlich unbestritten. Alles gute Handwerk nützt aber wenig, wenn das Publikum die journalistische Leistung nicht annimmt, weil es grundsätzliche Vorbehalte hat: Gegenüber dem Wahrheitsgehalt, der Seriosität, der Lauterkeit der Absichten, der Unparteilichkeit, dem Stil. Journalismus funktioniert nur, wenn er auf Glaubwürdigkeit beim Publikum aufbauen kann.

Der Journalismus muss hinterfragen, in schummrige Sphären der Gesellschaft leuchten, Schwachpunkte aufdecken, Missstände aufzeigen, verunsichern, kritisieren. Wir nennen das die gesellschaftliche Kontroll- und Kritikfunktion. Die Demokratie kann auf diese Funktionen und damit auf den Journalismus nicht verzichten, ohne Schaden zu nehmen. Der Journalismus wiederum kann diese Aufgaben nur wahrnehmen, wenn er glaubwürdig ist. Die Glaubwürdigkeit ist das grösste Kapital des Journalismus. Deshalb, so die etwas simple These, ist Journalismus dann guter Journalismus, wenn er zur eigenen Glaubwürdigkeit beiträgt.

Gute Leistung bringt Schelte

Der Journalismus muss bei Publikum und Akteuren Vertrauen gewinnen können. Doch es wäre für die Aufgabe und die Unabhängigkeit des Journalismus wenig förderlich, würde er den Szenenapplaus oder gar Freunde suchen. Damit gilt es zu leben – schlimmer noch: Journalismus muss unbequem sein, muss anecken können. Wie dennoch Vertrauen beim Publikum gewinnen? Es gilt mit diesem Widerspruch zu arbeiten. Und Tatsache ist: Die gesellschaftliche Aufgabe der Medien, der JournalistInnen ist gesellschaftlich nicht immer anerkannt. Der Journalismus sei aggressiv, negativ, destruktiv, angeblich positive Leistungen würde zu wenig gelobt, Negatives zu hoch gehängt, Geheimes unbefugt publiziert – so tönen die Medienschelten

«Hund Hund». Hörspiel von Sabine Wen-Ching Wang. Mit Julika Jenkins (Bild), Paula Dombrowski, Klaus Brömmelmeier. Musik: Jörg Köppel. Technik: Tom Willen. Regie: Simona Ryser. Produktion Schweizer Radio DRS 2. Sende-termin voraussichtlich erstes Halbjahr 2007.

«Hund Hund» handelt von einer jungen Frau, die sich mit einer rührseligen Lügengeschichte ins Herz einer neu gewonnenen Freundin schwindelt und sich schwer tut mit der eigenen Identität. Dabei läuft sie Gefahr von einem alten Freund, der Hundesitter geworden ist, entlarvt zu werden.



Bild: Marco Zanoni

aus Politik, Wirtschaft und gesellschaftlichen Institutionen.

Doch der Journalismus muss so sein: kritisch, aufsässig, unbequem. Umso mehr muss er sich selbst gegenüber gerade stehen können. Durch eigene Wertmassstäbe, durch transparente Selbstkontrolle, durch eine ethische Debatte. Und erst recht muss er Glaubwürdigkeit herstellen können. Die JournalistInnen müssen in ihrer konkreten Arbeit dem Publikum vermitteln können, warum sie diese Arbeit machen: im öffentlichen Interesse, im Sinne der Aufklärung, zuhanden der gesellschaftlichen Debatte. Das ist keine Sache von schönen Worten und Deklarationen, sondern der journalistischen Praxis. Dabei muss der Journalismus belegen, dass seine Leistungen für die Gesellschaft notwendig und un-

verzichtbar sind. Nicht in ausserordentlichen Situationen wie bei aufwändigen Auslandsreportagen, exklusiven Recherchen oder spektakulären Scoops, sondern bei der gewöhnlichen Berufsroutine: in der Agentur, in der Lokalredaktion, im Regionalblatt ebenso wie beim Fernsehsender von internationaler Reputation. Wenn also sauber gearbeitet, korrekt informiert, schonungslos, aber respektvoll und fair aufgeklärt wird, wenn das Herstellen von Transparenz und nicht die Sensation im Mittelpunkt steht. Wenn Fertigmacher-Geschichten, Halbwahrheiten, Persönlichkeitsverletzungen oder Gefälligkeiten vermieden werden. So erkämpft sich der Journalismus seine eigene Glaubwürdigkeit täglich neu und stärkt sie. Und mit jeder Fehlleistung untergräbt er sein Vertrauen beim Publikum.

Um das Vertrauen kämpfen

Kritisch, ja skeptisch zu sein gegenüber unserer Umwelt, zu zweifeln, nachzufragen, nachzuhaken, – das gehört zum journalistischen Beruf. Aber auch der Journalismus selbst muss dauernd belegen können, dass man ihm trauen kann. Die Glaubwürdigkeit des Journalismus kann nur bestehen, wenn dieser auch sich selbst dauernd misstrauisch beobachtet und hinterfragt. Der Zweifel, die Selbstreflexion muss auch unsere eigene Arbeit begleiten. JournalistInnen müssen dem Publikum transparent und verständlich machen können, warum sie etwas und weshalb gerade so machen. Und sie müssen offen deklarieren, wenn Fehler gemacht worden sind. Guter Journalismus muss dauernd um das Vertrauen beim Publikum kämpfen.

Zur journalistischen Qualität gehören die Selbstreflexion, die öffentliche Debatte über den Journalismus selbst und seine Leistungen. Guter Journalismus ist letztlich weniger eine Frage von Handwerk und Technik als das Resultat einer Haltung. Auch das hat seinen Preis. Zu Recht weist die Journalismus-Forschung auf die strukturellen Voraussetzungen für Qualität hin. Die Journalismus-Debatte ist eine konkrete Anforderung an die Praxis, sie muss im Alltag der JournalistInnen geführt werden. Das ist Teil der Qualitätssicherung, und dafür braucht es die entsprechenden redaktionelle Ressourcen. In den Redaktionen muss der Massstab angelegt werden, was guter Journalismus sei: Trägt die journalistische Leistung, die Geschichte dazu bei, die Glaubwürdigkeit des Journalismus zu stärken? <

Die Akademie für Publizistik hat diese Frage als «Preisfrage» ausgeschrieben. Die Preisfrage für 2007 heisst: «Wie viel Macht haben Journalistinnen und Journalisten?» Siehe unter www.akademie-fuer-publizistik.de