

Die Inhalte im Überblick

Wie arbeiten Journalist*innen?

In Medienhäusern arbeitet eine Vielzahl von spezialisierten Fachleuten. Alle tragen zur inhaltlichen Qualität der Publikationen bei, sei es bei Print- und Onlinemedien oder beim Radio und Fernsehen. Journalist*innen haben eine Grundausbildung und übernehmen – je nach Berufserfahrung und Interessen – verschiedene Rollen: Reporter*in, Korrespondent*in, Investigativ-Journalist*in, Redaktor*in, Kolumnist*in, Produzent*in, Korrektor*in usw.

Journalist*innen beschaffen die Informationen entweder selbst (bei Ereignissen vor Ort, durch Recherche und Interviews), oder sie verarbeiten vorbereitete oder eingekaufte Informationen (z. B. von Medienkonferenzen oder Nachrichtenagenturen).

Nachrichtenfaktoren wie Zeit und Dauer von Ereignissen, die örtliche oder thematische Nähe zum Publikum oder der Status von Beteiligten tragen zum Nachrichtenwert eines Sachverhalts bei. Der Nachrichtenwert bestimmt, ob Journalist*innen die Gegebenheit für ihr Medium auswählen.

Bei selbst beschafften Informationen ist die Absicherung durch mehrere Quellen eine wichtige Aufgabe.

Journalistische Darstellungsformen

Auch wenn sich in Beiträgen die Grenzen etwas verwischen, werden im Journalismus verschiedene Darstellungsformen unterschieden, z. B. Meldung, Reportage, Kommentar, Interview, Portrait, Glosse, Bericht, Kritik usw. Unterscheidungsmerkmale sind Zweck, Länge und Stil der Beiträge.

Die Publikationen werden gedruckt und meist auch online angeboten. Das Erscheinungsbild kann sich dabei unterscheiden. News-Plattformen nutzen die interaktiven und multimedialen Möglichkeiten.

Bilder und Videos

Journalist*innen arbeiten zur Ergänzung ihrer Beiträge oder zur Erklärung sowohl mit konkreten (Fotos, Illustrationen, Zeichnungen) wie auch mit abstrakten Darstellungen (Grafiken, Diagramme). Letztere setzen zur richtigen Interpretation die Kenntnis der entsprechenden Darstellungsgesetze voraus (z. B. x/y-Koordinatensystem).

Videos können die Betrachter*innen stärker in ihren Bann ziehen. Komplexe Inhalte stellen aber Ansprüche an die Aufmerksamkeitsspanne.

Fremdes Material untersteht dem Urheberrecht und setzt die Abklärung der Verwendungsrechte voraus. Bilder und Videomaterial werden in der Regel mit Quellenhinweis und evtl. mit einer Erläuterung versehen (Bildunterschrift).

Zeitungs- und Zeitschriftentypen

Die Medienbranche unterscheidet Haupttypen von Presseerzeugnissen: Tages-, regionale Wochen- und Sonntagspresse, Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse, Spezialpresse und Fachpresse.

Es gibt in der Leserschaft unzählige Bedürfnisse und Interessen, und für fast alle gibt es passende Publikationen. Nicht alle lassen sich klar einem der Haupttypen zuteilen.

Hinsichtlich Themenauswahl und Gestaltung bilden Boulevard-Medien eine besondere Klasse.

Datenjournalismus

Manche journalistischen Beiträge stellen Erkenntnisse aus der Analyse grosser Datenmengen dar.

Autor*Innen verdichten und erklären die Fakten und ergänzen ihre Beiträge mit Grafiken, aufgrund derer auch Laien die Zusammenhänge ablesen und verstehen können.

Fake News und Glaubwürdigkeit von Medien

Auch in seriösen Medien gab und gibt es einzelne Fälle von Falschinformationen (die falsche oder unvollständige Darstellung von Fakten), sei es durch Unvorsicht oder absichtliche Täuschung. Im Journalismus sind das aber Ausnahmen.

Mit dem sprunghaften Anstieg an verfügbaren Informationen in sozialen Medien und privaten Webseiten wird es zunehmend schwieriger, irreführende oder gefälschte Inhalte von zuverlässigen zu unterscheiden. Eine besondere Klasse von Falschinformationen sind Fake News resp. Desinformation: gezielte Falschmeldungen im Internet, oft in der Aufmachung seriöser Nachrichten, aber mit der Absicht der breiten Meinungsbeeinflussung. Sie zielen direkt auf die Emotionen der Empfänger*innen und verleiten zum sofortigen Teilen.

Zur Medienkompetenz der Nutzer*innen gehört deshalb auch, diesem Drang zu widerstehen und zuerst den Wahrheitsgehalt von «sensationellen» Nachrichten zu prüfen. Dazu gibt es Anleitungen mit Prüfpunkten. Während Erzeuger*innen von Fake News wissen, dass sie Falschinformationen streuen, sind Vertreter*innen von Verschwörungserzählungen («Verschwörungstheorien») von der Wahrheit ihrer Behauptungen überzeugt.

Ebenfalls mit nachrichten-ähnlichen Beiträgen richten sich sogenannte alternative Medien an bestimmte Gruppen, deren Überzeugungen deutlich von der vorherrschenden Meinung in der Bevölkerung abweichen. Während bei manchen die Recherchen durchaus seriös geführt sind und die Fakten stimmen, gibt es auch problematische oder sogar gefährliche alternative Medien, die Wahres aufgreifen und bewusst mit Halb- oder Unwahrheiten mischen, um ein falsches Bild eines Sachverhalts zu erzeugen.

Nicht nur in Textform, auch visuell lassen sich Scheinwirklichkeiten erzeugen. Besonders tückisch sind sogenannte Deepfakes (mit Hilfe von künstlicher Intelligenz erzeugte Multimedia-Dateien, die täuschend echt aussehen und klingen).

Online-Medien

Bis zum Aufkommen des Internets wurden Informationen zum Weltgeschehen fast ausschliesslich durch professionelle Journalist*innen mit entsprechendem Verantwortungsbewusstsein vermittelt.

Seit der Einführung der Kommentar-Möglichkeiten auf Online-News-Portalen, vor allem aber durch die sozialen Medien, werden die Nutzer*innen mit enormen Mengen von Informationen und Meinungen konfrontiert. Jeder Mensch mit entsprechender technischer Ausrüstung kann Inhalte publizieren. Dafür reicht ein Smartphone aus. Die Beiträge von Amateur*innen genügen aber nur selten journalistischen Qualitätsmassstäben.

Für Nutzer*innen ist deshalb Medienkompetenz unabdingbar. Wichtig ist insbesondere die Fähigkeit, vor allem auf nicht-journalistischen Plattformen seriöse Nachrichten von Falschinformationen unterscheiden zu können.

Eine weitere Gefahr elektronischer Medien sind Filterblasen. Grosse Internet-Dienste wie Google zeichnen das Nutzerverhalten auf und bieten passende Inhalte an. Wer seine Informationen grösstenteils über solche Dienste bezieht, riskiert, nur noch mit Inhalten beliefert zu werden, die den eigenen Meinungen entsprechen. Das führt zu einem einseitigen Weltbild.

Arbeitsgrundsätze von Journalist*innen

Das Gesetz regelt die Tätigkeit von Journalist*innen nur zu einem geringen Teil. Die Branche hat deshalb strenge eigene Regeln definiert und befolgt diese freiwillig. Diese Regeln sind als Pflichten und Rechte im Journalistenkodex festgehalten, der vom Schweizer Presserat aufgestellt wurde.

Der Kodex umfasst medienethische Regeln, beispielsweise die Verpflichtung zur Wahrheit, zur Wahrung von Menschenwürde und Privatsphäre, wie publizierte Falschinformationen berichtigt werden usw.

Von diesen Regeln leiten sich bestimmte Rechte für Personen und Organisationen ab, die in journalistischen Beiträgen beschrieben werden, etwa das Recht zur Anhörung bei schweren Vorwürfen. Eine explizite Regel findet sich auch im Zivilgesetzbuch: das Recht zur Gegendarstellung bei nachweislichen Falschinformationen. Im Gegenzug fordert der Journalistenkodex auch gewisse Rechte für Journalist*innen, damit diese die selbstauferlegten Pflichten ungehindert wahrnehmen können.

Der Schweizer Presserat behandelt auf Basis des Journalistenkodex Beschwerden in Print- und Onlinemedien: Er gibt Einschätzungen und Empfehlungen, verhängt aber keine Strafen.

Journalismus in einer Demokratie

Demokratie setzt eine informierte Gesellschaft für die Meinungsbildung voraus. Journalismus gewährleistet durch die Publikation von Fakten und Meinungen den nötigen gesellschaftlichen Diskurs. Dabei gilt der Grundsatz der Meinungsäusserungsfreiheit. Ihre Grenzen liegen aber dort, wo sie für einzelne Personen, Gruppen oder die Gesellschaft insgesamt zu Schaden führen könnte.

Die Schweiz gehört zu den Ländern mit einer guten Situation hinsichtlich Pressefreiheit. Das ist das der Presse und anderer Medien, ihre Tätigkeit ungehindert auszuüben. Weltweit gibt es aber eine Vielzahl von Ländern, in denen sie teilweise massiv eingeschränkt ist.

Wie finanzieren sich Medien?

In der Schweiz sind die Medienhäuser in der Hand von Unternehmen. Einige davon sind in Besitz von Familien oder Privatpersonen. Keines ist staatlich kontrolliert, manche haben aber einen Service-public-Auftrag vom Bund, beispielsweise die SRG/SSR und gewisse regionale Medienunternehmen.

Journalistisch tätige Medienunternehmen decken ihre Kosten (Löhne, Produktion, Gebäude, IT, Material usw.) mit Werbung, Abos und Sponsoring, jene mit Service-public-Auftrag werden hauptsächlich mittels Gebühren der Nutzer*innen finanziert.

Bei den Print- und Onlinemedien werden die Einnahmen aus Abos immer wichtiger, weil die Erträge aus der Werbung stetig sinken. Viele Firmen verlagern ihre Werbe-Kampagnen zunehmend zu grossen, internationalen Diensten wie Google und Facebook.

In journalistischen Medien müssen Werbung und Sponsoring klar als solche erkennbar sein. Analog zum Presserat gibt es auch für Werbung eine Beschwerdestelle: die Schweizerische Lauterkeitskommission. Sie beurteilt, ob Werbung fair und transparent ist, und gibt ggf. Empfehlungen ab.

Was bringt mir Qualitätsjournalismus?

Menschen bekommen Informationen über das Weltgeschehen heute nicht nur über journalistische, sondern auch über soziale Medien. Soziale Medien haben klare Stärken bei der Kommunikation zwischen Menschen. Als Nachrichtenkanal ist ihr Nutzen beschränkt. Das liegt an der mangelnden Zuverlässigkeit der Informationen.

Journalistische Medien werden dagegen von ausgebildeten Profis mit klar formulierten Arbeitsgrundsätzen und medienethischen Regeln erzeugt. Für die Bildung einer eigenen Meinung bieten sie deshalb eine verlässlichere Informationsgrundlage, als die in sozialen Medien geteilten Inhalte.