

## Auf der Suche nach der journalistischen Qualität

*Auf verschiedenste Art und Weise wird überall auf der Welt versucht, die journalistische Qualität zu verbessern.*

**ZÜRICH** – Wo gearbeitet wird, passieren Fehler. Im (gedruckten) Journalismus treten diese eher harmlos als falsch geschriebene Namen oder unrichtige Jahreszahlen, im schlimmsten Fall aber als totale Fehlinformation (Beispiel: die Hitler-Tagebücher im «Stern») auf. Die Vermeidung von Fehlern aller Art und die Förderung von qualitativ hochstehendem Journalismus hat sich der Verein «Qualität im Journalismus» auf die Fahne geschrieben, der diese Woche in Zürich seine Generalversammlung abhielt. Als Gastredner war Professor Stephan Russ-Mohl eingeladen worden. Der Medienwissenschaftler, der an der Universität in Lugano das European Journalism Observatory leitet, gab in seinem Vortrag einen Überblick über Versuche in aller Welt, die Qualität des Journalismus zu steigern.

### 99,9 Prozent sind zu wenig

Die grösste Tageszeitung in Finnland fordert ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf, stets hundertprozentige Qualität anzustreben, 99,9 Prozent genügen nicht. Begründet wird dies mit Beispielen aus anderen Bereichen, wo weniger als hundertprozentige Qualität weit reichende Folgen haben kann:

so etwa im Flugbetrieb, wo Abstürze drohen, oder beim Menschen selbst, dessen Herz hundertprozentig funktionieren muss, wenn er überleben will.

Aus Deutschland führte Russ-Mohl das Beispiel der linken «TAZ» an, deren Chefredaktorin erklärt hat: «Die Zeitungen müssen lernen, vom Journalismus zu leben. Die Zeiten, als sie sich von der Werbewirtschaft aushalten liessen, sind vorbei.» Entsprechend gross sind die Anstrengungen, den Leserinnen und Lesern hoch stehenden Journalismus zu bieten. Einen riesigen Aufwand, um die Qualität des Zeitungsinhalts zu kontrollieren, betreibt die japanische Tageszeitung «Yomiuri Shimbun». Dort kommt täglich ein 25-köpfiges Auditing Committee zusammen, das durch fünf auswärtige Mitglieder, meistens Medienwissenschaftler, ergänzt wird. Dieses Komitee prüft die einzelnen Artikel und vergleicht den Blattinhalt mit dem, was andere Zeitungen gebracht haben. Seine Erkenntnisse fasst es in einer Blattkritik zusammen, die sämtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu gestellt wird.

### Vorbild «New York Times»

Vorbildlich ist seit Jahren die «New York Times» (NYT) im Umgang mit eigenen Fehlleistungen: Täglich erscheint auf Seite 2 eine Spalte mit Korrigenda, bei gravierenden Fehlern nimmt der Herausgeber in einer «Editor's Note» Stellung, und ein Ombudsmann prüft aus der Sicht der Leserschaft einzelne Artikel. Zudem pflegt die NYT eine umfangreiche Medienberichterstattung und bietet interes-

sierten Kreisen regelmässig einen Newsletter über die Entwicklungen innerhalb der NYT an.

### Journalistische Leistung kostet

Während viele Zeitungen das Beispiel der NYT in Sachen Berichtigung von Fehlern nachgeahmt haben, ist bei der Medienberichterstattung das Gegenteil geschehen: Fast alle Schweizer Zeitungen hätten ihre Medienressorts aufgelöst, kritisierte Russ-Mohl, eine Bewertung der anderen Medienprodukte finde nicht mehr statt. Während ganz selbstverständlich etwa in umfangreichen Beilagen Autotypen bewertet würden, verzichte man darauf, dasselbe bei den Medien zu tun, rügte Russ-Mohl.

Dabei gehe es nicht um Selbstbeweihräucherung, sondern um einen glaubwürdigen Medienjournalismus, der auch die ökonomische Seite des Zeitungsmachens nicht ausser Acht lasse. «Wer Medienseiten für entbehrlich hält, hält auch Journalismus für entbehrlich», meinte Russ-Mohl. Das fördere die Entwicklung vom Qualitätsjournalismus hin zum PR-Journalismus. Wenn dies geschehe, sägen die Verleger auf dem Ast, auf dem sie sässen. Bereits sei eine Tendenz sichtbar, dass grosse Firmen weniger Werbung und mehr PR machen würden, was sich unmittelbar auf das Budget der Zeitungen auswirke. Daher sei es wichtig, den Qualitätsjournalismus zu fördern, wobei man sich bewusst sein müsse, dass die journalistische Leistung auch etwas koste. (ek)