

# Qualität der Medien

## Medienkritik in der Schweiz – eine Bestandesaufnahme

Schweiz Suisse Svizzera

Die vorliegende Studie «Medienkritik in der Schweiz – eine Bestandesaufnahme» ist bereits im Jahrbuch 2012 *Qualität der Medien* publiziert worden (fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich [Hg.]: Jahrbuch 2012 Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Basel: Schwabe, S. 361–376). Die Sterne hinter einzelnen Begriffen verweisen auf das Glossar des Jahrbuchs.

Diese ePublikation verfügt u.a. über folgende Funktionen: Volltextsuche und Verlinkungen zu Internetseiten.

Copyright © 2013 Schwabe AG, Verlag, Basel, Schweiz und fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft/  
Universität Zürich

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Das Werk einschliesslich seiner Teile darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages und des fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich in keiner Form reproduziert oder elektronisch verarbeitet, vervielfältigt, zugänglich gemacht oder verbreitet werden.

Gestaltung: Thomas Lutz, Schwabe

Gesamtherstellung: Schwabe AG, Druckerei, MuttENZ/Basel, Schweiz

ISBN 978-3-7965-3230-6

ISSN 2296-5114

[rights@schwabe.ch](mailto:rights@schwabe.ch)

[www.foeg.uzh.ch](http://www.foeg.uzh.ch)

[www.schwabeverlag.ch](http://www.schwabeverlag.ch)

Studien

4/2012

# Qualität der Medien

Schweiz – Suisse – Svizzera

## Medienkritik in der Schweiz – eine Bestandesaufnahme

Vinzenz Wyss, Michael Schanne, Annina Stoffel

Herausgegeben vom

fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich  
im Auftrag der Stiftung Öffentlichkeit und Gesellschaft, Zürich

Schwabe Verlag Basel

## Zusammenfassung

- *Relevanz der Medienkritik:* Medienkritik vollzieht sich als Beobachtung, Beschreibung und Bewertung von Medien und deren Leistungen für die Gesellschaft. Die Kommunikations- und Medienwissenschaft unterstreicht die Relevanz öffentlicher Medienkritik angesichts der Bedeutung von journalistischen Medien und deren Deutungsmacht in demokratischen Gesellschaften. Die öffentliche Auseinandersetzung mit journalistischen Leistungen und mit deren Rahmenbedingungen ist nicht zuletzt deshalb unverzichtbar, weil erstens Wirklichkeitsbeschreibungen immer kontingent sind, also auch anders sein können, und weil zweitens die Akteure der öffentlichen Wirklichkeitskonstruktion durch diese Auseinandersetzung an ihre Verantwortung erinnert werden.
- *Akteure der Medienkritik:* Es braucht möglichst unabhängige Instanzen, welche die Medien beobachten und dadurch zur öffentlichen Selbstbeobachtung zwingen. Medienkritik kann in einem Selbstbeobachtungs- oder in einem Fremdbeobachtungssetting stattfinden. Von Fremdbeobachtung sprechen wir, wenn medienexterne Akteure Medienkritik üben. In der Schweiz wird diese Kritik von einer Vielzahl medienkritischer Institutionen und Organisationen geleistet: gesetzlich vorgeschriebene, sich selbst als Organe der Selbstkontrolle verstehende sowie wissenschaftliche oder zivilgesellschaftliche Organisationen und Initiativen, die es sich zur Aufgabe machen, Medienstrukturen und Angebote zu beurteilen.
- *Medienjournalismus in der Selbstbeobachtungsfalle:* Wirksame Medienkritik erfordert die Reflexivität zwischen Beobachtern und Beobachteten. Sie ist nur interaktiv möglich, indem die Medien selbst öffentlich auf Beurteilungen reagieren und so die Fremdbeobachtung zur Selbstbeobachtung machen. Es wäre also wünschenswert, dass Journalismus im Sinne der Selbstbeobachtung in der Lage wäre, das Mediensystem genauso kritisch zu beobachten, wie er es bei anderen Gesellschaftsbereichen zu tun gewohnt ist. Empirische Studien zeigen, dass extramediale Kritikinstanzen in der Medienöffentlichkeit kaum wahrgenommen werden – die Medienkritik fristet ein Mauerblümchendasein. Konzentrations- und Kommerzialisierungsprozesse sowie die sogenannte Selbstbeobachtungsfalle des Medienjournalismus verursachen Institutionalisierungsprobleme einer von journalistischen Medien zu leistenden Medienkritik.
- *Medienblogs sind kein Ersatz:* Angesichts der Unzulänglichkeit und der beklagten «Dauerkrise» des Medienjournalismus erstaunt es nicht, dass unter dem Schlagwort «Medienbeobachtung 2.0» das Interesse auf die Leistungsfähigkeit sogenannter Medienblogs gerichtet wird. Medienblogs sind indes – das zeigen die Befunde erster Studien – keinesfalls ein modernes Wundermittel der öffentlichen Medienbeobachtung. Aufgrund ihrer schwachen Institutionalisierung vermögen sie – trotz ihrer unbestreitbaren Vorteile – der Medienkritik kaum eine wirksame, auf Dauer gestellte öffentliche Plattform zu geben.
- *Medienkritik setzt Struktur voraus:* Studien des Instituts für Angewandte Medienwissenschaft der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Winterthur (ZHAW) zeigen, dass medienkritische Berichterstattung mit struktureller Ausstattung korreliert. Das Vorhandensein von Zuständigkeiten oder Ressortstrukturen fördert eine auf Dauer gestellte und umfassende journalistische Medienkritik. Des Weiteren wird deutlich, dass in der medienkritischen Berichterstattung – mit Ausnahme des Schweizer Radios und Fernsehens – Medienorganisationen nur zurückhaltend thematisiert werden. Ausserdem ist medienkritische Berichterstattung wenig offen für die Kritik Dritter und sie fokussiert eher auf das journalistische Endprodukt als auf strukturelle Fragen wie etwa die journalistischen Produktionsbedingungen. Auch ist sie zurückhaltend mit Kritik am eigenen Medienhaus und kommt zudem nur sporadisch auf die Agenda, wenn besondere Ereignisse wie beispielsweise die Hildebrand-Affäre dazu Anlass geben.
- *Rolle der Kommunikations- und Medienwissenschaft:* Erste Befunde zur strukturellen Schwäche des Medienjournalismus bzw. der Nachweis, dass dieser blinde Flecken hat, sowie die Beobachtung, dass weder Medienblogs

noch aussermediale Akteure eine systematische, auf Kriterien bezogene und nachvollziehbare Medienkritik zu leisten vermögen, unterstreichen die Bedeutung der Kommunikations- und Medienwissenschaft als unverzichtbarem Akteur der Medienkritik. Die Kommunikations- und Medienwissenschaft kann Medienkritik interessenunabhängig betreiben. Es muss ihr jedoch gelingen, interaktiv mit anderen zivilgesellschaftlichen Akteuren sowie mit der Medienpraxis zusammenzuarbeiten. Auch sie ist schliesslich auf die öffentliche Resonanz durch die journalistischen Medien angewiesen; also auf diejenigen Akteure, die zugleich Gegenstand ihrer Beobachtungen, Analysen und Bewertungen sind.

### 1. Warum Medienkritik unverzichtbar ist

«In der Schweiz fehlt es überhaupt nicht an Medienkritik. Im Gegenteil: sie nimmt komplett überhand», twittert Redaktor Maurice Thiriet vom *Tages-Anzeiger* am 30. Mai 2012 und reagiert damit auf die Neugründung des Blogs *medienkritisch.ch*, der kurz nach dem Carunfall von Siders vom 18-jährigen Stephan Stulz ins Leben gerufen wurde, um «mal ernsthafter, mal satirischer [...] über die Schweizer Medienlandschaft zu berichten» (Stulz, 2012). Der twitternde Redaktor des *Tages-Anzeiger* müsste es eigentlich wissen. Er gilt als einer der wenigen Journalisten, die in einer Schweizer Tageszeitung für Medienthemen zuständig sind. Mit einem weiteren Tweet unterstreicht er seine Behauptung: «Das Leben des Journalisten ist eine einzige Selbstkritik.» Die Einschätzung des Redaktors steht allerdings im Widerspruch zum medienwissenschaftlichen Befund, wonach eine sich als Beobachtung, Beschreibung und Bewertung von Medien vollziehende Medienkritik eher schwach ausgeprägt ist und sogar zunehmend an Bedeutung verliert.

Die Argumentation für die Relevanz der Medienkritik setzt bei der erheblichen gesellschaftlichen Bedeutung journalistischer Medien an. Journalistische Kommunikationsangebote tragen durch die Herstellung von Öffentlichkeit zur Selbstbeobachtung und Synchronisation der Gesellschaft bei. Unser gesellschaftlicher Alltag wird von journalistisch vermittelten Kommunikationsangeboten und Vorstellungen durchwirkt. Journalistische Medien verfügen über eine bedeutsame Definitionsmacht. Gerade weil Wirklichkeitsbeschreibungen immer kontingent sind, also immer auch anders ausfallen könnten (vgl. Schmidt 2005, S. 28), ist die öffentliche Auseinandersetzung mit journalistischen Leistungen wichtig (Sutter 2010).

In der Medien- und Kommunikationswissenschaft herrscht weitgehend Konsens darüber, dass es in einer demokratischen Gesellschaft möglichst unabhängige

Instanzen braucht, die die Medien beobachten, sie mit Fremdbeobachtungen öffentlich konfrontieren und so zur öffentlichen Selbstbeobachtung zwingen. Angesichts der besonderen gesellschaftlichen Bedeutung von Medien irritiert das Fehlen einer systematischen und reflexiven «Thematisierung von Routineprozessen aller am «Medienprozess» Beteiligten» (Schmidt 2005, S. 23). Zahlreiche medienwissenschaftliche, auf die Schweiz, auf Deutschland und auf die USA bezogene Befunde legen den Schluss nahe, dass veröffentlichte Medienkritik ein «Mauerblümchendasein» fristet (Walser 2012; vgl. Hickethier 2005, S. 61). Blum bringt den Sachverhalt für die Schweiz nach der Veröffentlichung des ersten Jahrbuchs «Qualität der Medien» (2010) wie folgt auf den Punkt: «Hierzulande gilt eher das Prinzip, dass keine Krähe der anderen ein Auge aushackt.» (Blum 2011, S. 7) Tatsächlich fallen in der Medienbranche die Reaktionen auf die Medienkritik durch die Wissenschaft in der Regel gehässig aus. Ein Beispiel dafür ist die Resonanz, die die Veröffentlichung des Bundesratsberichts «Pressevielfalt sichern» (Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK 2011) gefunden hat. Der Bericht stützte sich auf fünf Studien, die das Bundesamt für Kommunikation (Bakom) bei kommunikations- und medienwissenschaftlichen Instituten in Auftrag gegeben hatte (vgl. Leonarz 2012). Die daran anschließende Medienberichterstattung kritisierte primär die Methodik der Studien und blieb inhaltlich substanzlos (vgl. dazu Wyss 2011; Russ-Mohl/Wilczek 2011).

Im vorliegenden Beitrag steht jedoch nicht die von der Kommunikations- und Medienwissenschaft ausgehende Medienkritik im Vordergrund, sondern die vom Medienjournalismus hervorgebrachte Selbstbeobachtungsleistung. Medienbeobachtung und Medienkritik können in einem Selbstbeobachtungs- oder in einem Fremdbeobachtungssetting vorgenommen werden. Von Medienkritik als Selbstbeobachtungsleistung

sprechen wir dann, wenn journalistische Medien selbst mediale bzw. journalistische Strukturen und Leistungen kritisch – auf Normen oder Leistungen bezogen – thematisieren (Medienjournalismus).

Von Fremdbeobachtung wiederum sprechen wir, wenn die Kritik von medienexternen Akteuren ausgeht. Zu solchen medienkritischen Institutionen und Organisationen gehören etwa die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI), gesetzlich vorgeschriebene oder freiwillig eingerichtete Ombudsstellen diverser Medienorganisationen sowie Organe der Selbstkontrolle wie Presseräte oder Publikums- bzw. Leserschaftsräte. Des Weiteren ist an zivilgesellschaftliche, medienkritische Organisationen zu denken, die es sich zur Aufgabe machen, Medienstrukturen und Angebote aus verschiedenen Perspektiven zu beurteilen. Dies können aber auch Berufsorganisationen oder Mediengewerkschaften sein. Als medienkritische Akteure treten schliesslich auch Akteure der Medienpolitik (z. B. mittels parlamentarischer Vorstösse) oder Akteure der Medien- und Kommunikationswissenschaft auf (veröffentlichte Studien zur Medienqualität). Damit die Kritik solcher Organisationen und Instanzen auch ein breites Publikum erreichen und Resonanz erzeugen kann, ist sie darauf angewiesen, dass ihre Beurteilungen von den Massenmedien aufgegriffen und thematisiert werden. So riet beispielsweise der Schweizer Presserat zu einer sogenannten Abdruckpflicht, die – so wiederum dessen damaliger Stiftungsratspräsident Enrico Morresi – Redaktionen dazu anhält, zumindest über diejenigen Stellungnahmen des Presserates zu berichten, die das eigene Medium betreffen. Die Pflicht bezieht sich freilich nur auf die Stellungnahmen des Presserats, wobei die Bilanz ernüchternd ausfällt (Morresi 2010, S. 26). Trotz mehrmaliger Bemühungen seitens des Presserats hat sich 2011 der Rügenabdruck (ganz oder teilweise gutgeheissener Beschwerden) mit etwa 50 Prozent gegenüber den Vorjahren nicht verbessert. Blum (2010) macht im Schweizer Kontext darauf aufmerksam, dass extramediale Kritikinstanzen in der Öffentlichkeit kaum wahrgenommen und gehört würden (vgl. auch Walser 2012). Zudem liegt auf der Hand, dass wirksame Medienkritik die Reflexivität zwischen Beobachtern und Beobachteten erfordert. Sie ist nur interaktiv möglich (Schmidt 2005, S. 22), indem die Medien

selbst öffentlich auf Beurteilungen reagieren und Fremdbeobachtung zur Selbstbeobachtung machen.

Die Erwartung ist also zunächst naheliegend, dass Journalismus im Sinne der Selbstbeobachtung in der Lage sein sollte, das Mediensystem genau so kritisch zu beobachten wie andere Gesellschaftsbereiche auch, also etwa Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Sport oder Kunst. So wird seit mehr als 20 Jahren – fast schon mantraartig – die Relevanz der Medienkritik durch den Medienjournalismus betont (Russ-Mohl 1994; Kreitling 1996; Wessler 1997, S. 23; Krüger/Müller-Sachse 1998). Medienjournalismus könne durch die Thematisierung von Strukturen, Spielregeln und Ambivalenzen als «fünfte Gewalt» handeln, heisst es etwa (Weiss 2005; Beuthner/Weichert 2005, S. 47). Er könne zur Qualitätssicherung des Journalismus beitragen (Malik 2004, S. 333; Russ-Mohl/Fengler 2002, S. 191) sowie das Verantwortungsbewusstsein der Medien gegenüber der Gesellschaft demonstrieren (Beuthner/Weichert 2005, S. 47; Malik 2004, S. 197; Fengler 2003, S. 148f.). Trotz dieser Betonung der Wichtigkeit einer Selbstbeobachtung von Seiten der Medienwissenschaften, überwiegen in einschlägigen Debatten der letzten Jahre resignierte Töne, wenn etwa vom Medienkritiker als aussterbender Gattung die Rede ist (Höpli 2011). Auch aktuelle wissenschaftliche Studien beklagen ein Institutionalisierungsproblem des Medienjournalismus, das sich etwa in der fortschreitenden Einstellung von Medienseiten zeigt (Beuthner/Weichert 2005, S. 44f.).

Angesichts der immer wieder beobachteten Unzulänglichkeit und der beklagten «Dauerkrise» des Medienjournalismus erstaunt es nicht, dass unter dem Schlagwort «Medienbeobachtung 2.0» in jüngster Zeit vermehrt die Diskussion über die Potentiale und die Probleme von Medienblogs hinsichtlich ihrer medienkritischen Funktion angestossen wird (Eberwein 2010). So steht neuerdings die Frage im Zentrum mancher Untersuchung, ob Medienblogs als neuartige Instanz der Beobachtung und Thematisierung von Medien und Journalismus Defizite des Medienjournalismus auffangen könnten. Noch legen entsprechende Untersuchungen ein zwiespältiges Fazit nahe. Medienblogs sind heute keinesfalls ein modernes Wundermittel der öffentlichen Medienbeobachtung, denn «die Liste der eingestellten und abgewickelten Watchblogs wird länger und länger» (Lüthi 2012a).

Am Institut für Angewandte Medienwissenschaft der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Winterthur startet – sobald dessen Finanzierung gesichert ist – ein Forschungsprojekt, das unter Rückgriff auf ein Mehrmethodendesign entsprechende Analysen zur Struktur der veröffentlichten Medienkritik in der Schweiz kontinuierlich und mittels eines Langzeitvergleichs regelmässig (mindestens jährlich) durchführt. In diesem Projekt wird der «Radar Medienkritik Schweiz» entwickelt, der es erlaubt, Veränderungen der Medienkritik im Zeitverlauf festzustellen und zu erklären. Im Folgenden werden die forschungsleitenden Annahmen dieses sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch in der Konzeptionsphase befindenden Projektes sowie erste empirische Erkenntnisse aus explorativen Studien zur Diskussion gestellt. Auf der Basis von Vorstudien wurden eine Struktur- und eine Inhaltsanalyse der Medienkritik in der Schweiz vorgenommen. Im Fokus steht dabei die journalistische Medienkritik (Selbstbeobachtung) und nicht die medienkritische Fremdbeobachtung (z. B. durch die Wissenschaft).

## 2. Forschungsstand und theoretische Überlegungen

### 2.1 Schwach institutionalisierter Medienjournalismus

Obwohl in der Scientific Community Einigkeit darüber herrscht, dass öffentliche Medienkritik und insbesondere Medienjournalismus gerade in Zeiten des Strukturwandels der Öffentlichkeit und der Kommerzialisierung des Mediensystems (vgl. Imhof 2011) ein wesentliches Medium der gesellschaftlichen Selbstverständigung darstellen, zeigt der Blick in die wissenschaftliche Literatur, dass eine definitorische Festlegung der Begriffe Medienkritik und Medienjournalismus schwerfällt (Beuthner 2005, S. 20; Malik 2004, S. 183). Unter Etiketten wie «Medienjournalismus», «Journalismusjournalismus», «medienkritische Berichterstattung», «Medienkritik» usw. sind sowohl die journalistischen Beobachtungen von journalistischen Leistungen in publizistischen Medien als auch die journalistische Berichterstattung in publizistischen Medien über diese Beobachtungen unscharf bestimmt. Eine inhaltsanalytische Auseinandersetzung mit diesem schwach umrissenen Gegenstand muss sich dem

Problem stellen, dass eine (theoretisch valide und operational griffige und reliable) Festlegung des Begriffs Medienkritik fehlt. Ein entsprechendes Forschungsvorhaben muss also zunächst definitorische Klarheit schaffen.

Trotz der Unschärfe des Begriffs liegt eine beachtliche Anzahl von wissenschaftlichen Arbeiten zu den Leistungen des Medienjournalismus vor. Empirische Untersuchungen sind allerdings selten und oft nur als Fallstudien angelegt. Zu erwähnen sind hier etwa die qualitativen Befragungen von Medienjournalisten in den USA (Fengler 2001) und diejenigen von von Mitgliedern journalistischer Organisationen zu den Rahmenbedingungen des Medienjournalismus (Malik 2004). Noch seltener sind (vergleichende) Inhaltsanalysen, wie sie jüngst Lichtenstein (2011) in Deutschland – ebenfalls nur fallbezogen – zur Einflussnahme der Kommerzialisierung auf die veröffentlichte Selbstreflexion bestimmter Berliner Zeitungen durchgeführt hat. Auch multimethodische Studien, wie diejenige von Weiss (2005), in der quantitative und qualitative Inhaltsanalysen durch leitfadengestützte Experteninterviews ergänzt wurden, sind eine Seltenheit. Entsprechende Daten interpretierend, betonen Engels, Hickethier, Jarren und Weiss (2005) die Bedeutung von Medienseiten überregionaler Qualitätszeitungen und deren Reflexionspotential.

Zahlreicher sind theoretisch-reflektierende Beiträge auf der Suche nach Erklärungen für die schwache Institutionalisierung des Medienjournalismus. Beuthner und Weichert (2005, S. 44f.) beklagen die fortschreitende Aufhebung von Medienseiten in Deutschland (vgl. auch Malik 2004, S. 337f.). Auch in der Schweiz wird eine solche Entwicklung beobachtet: Straub und Schönhagen (2007, S. 2) sowie Porlezza (2004, S. 96) weisen darauf hin, dass in den letzten Jahren immer mehr Medienseiten abgeschafft und die Stellenprozentage für Medienjournalisten sowie das Platzangebot für Medienjournalismus reduziert wurden. Auch Henzirohs (2006, S. 97) kann nachweisen, dass in der Schweiz die fehlende Institutionalisierung zur Abnahme des Umfangs von Medienjournalismus führt. Er stellt zudem – in Einklang mit Befunden aus Deutschland – fest, dass es sich bei medienjournalistischen Beiträgen selten um Medienkritik handelt, sondern vielmehr um ereignisbezogene Berichterstattung oder Servicebeiträge wie beispielsweise Pro-

grammhinweise. Hickethier (2005, S. 61) bringt die beobachtete Entwicklung besorgt auf den Punkt: «Die Ausdifferenzierung der Kritik trägt langfristig [...] zu ihrer strukturellen «Entschärfung» bei. Der kritische Fokus droht verloren zu gehen und einem allgemeinen Reden über die Medien Platz zu machen. Von den Rändern her [...] findet die Erosion der Kritik statt.» Neben dem Institutionalisierungsproblem thematisieren Untersuchungen weitere Ursachen für eine schwach ausgeprägte Medienkritik durch journalistische Medien. So stehen hinter dem Institutionalisierungsproblem weitere Treiber wie Konzentrations- und Kommerzialisierungsprozesse im Mediensystem. Medienkonzentration sowie wachsende Ertragseinbussen u. a. bei den Abonnementszeitungen führen dazu, dass aufgrund der Marktmacht weniger dominanter Medienkonzerne der publizistische Konflikt zwischen den Medien abnimmt und der – in den Augen mancher Medienmanager nur schlecht «verkäufliche» – Medienjournalismus dem Spardruck zum Opfer fällt. Dann führt die Konzentration für die Journalisten zu einer Situation, die die Medienkritik allein schon deshalb als nicht opportun erscheinen lässt, weil nicht mehr viele mögliche Arbeitgeber auf dem Markt sind.

Eine systemtheoretische Betrachtungsweise legt indes den Schluss nahe, dass einer Selbstbeobachtung des Journalismus durch Medienjournalismus ohnehin enge Grenzen gesetzt sind. Beuthner und Weichert (2005, S. 48f.) erklären dies mit der sogenannten Selbstbeobachtungsfalle: Die starke Selbstreflexivität des Journalismus bzw. die ausgeprägte Kollegenorientierung, Betriebsblindheit und das Glashausdilemma («Nestbeschmutzerthese») vergrössern die blinden Flecken des Medienjournalismus (vgl. dazu auch Eberwein 2010, S. 148f.). Es sei kaum zu erwarten, dass Journalisten ihre eigene Branche oder gar das eigene Unternehmen kritisierten (Fengler 2005). Hallenberger und Nieland (2005, S. 10) verweisen denn auch darauf, dass es Tabuthemen gibt und Medienjournalismus auch von den Interessen der Unternehmenskommunikation instrumentalisiert wird. Der Medienjournalismus sollte von journalistischen Routinen und Handlungsprogrammen entkoppelt sein – er folgt indes derselben Logik wie der Journalismus generell (Orientierung an Nachrichtenfaktoren, Rechercheaufwand usw.) (Malik 2004, S. 337f.).

## 2.2 Medienblogs als Versammlungsöffentlichkeit

Aussermediale medienkritische Institutionen und Organisationen sind in vielfältiger Weise auf Verbreitungsmedien angewiesen. Deshalb rücken neuerdings neben dem Medienjournalismus auch Medienblogs ins Zentrum des Forschungsinteresses (Eberwein 2008a; 2008b). Es stellt sich die Frage, ob Medienblogs die Defizite des Medienjournalismus aufheben können (vgl. Hutter 2009, S. 37; Grilo/Pélessier 2006, S. 170f.). Medienblogs sind, wie andere Weblogs auch, formal regelmässig aktualisierte Websites, die ihre Inhalte in umgekehrt chronologischer Reihenfolge anordnen (vgl. Schmidt 2006, S. 13). Die Inhalte können in der Regel kommentiert werden. Medienblogs sind auf das Themenfeld Medien und Journalismus spezialisiert. Sie verweisen häufig auf andere Websites und werden in der Regel von einzelnen Personen oder Gruppen betrieben (vgl. Hutter 2009, S. 21). Sogenannte Medienwatchblogs beschäftigen sich kontinuierlich und kritisch mit einem einzelnen Medium (Lowrey 2006; Mrazek 2006; Fengler 2008). Das bekannteste Beispiel ist der verhältnismässig reichweitenstarke *Bildblog* – in der Schweiz gibt es allerdings kaum vergleichbare Blogs.

Gemäss Eberwein (2010, S. 151) und Domingo/Heinonen (2008, S. 7f.) können Bürger- bzw. Rezipientenblogs von Journalistenblogs (ausserhalb einer bestimmten Medienredaktion) und Redaktionsblogs (innerhalb einer bestimmten Medienorganisation) unterschieden werden. Medienblogs können durch ihre Abkehr von gängiger Berichterstattung einen wichtigen Gegenpol zum Medienjournalismus darstellen. Sie können kostengünstiger publizieren, sind in der Regel unabhängig von Medienorganisationen und laufen deshalb weniger Gefahr, auf Organisationsinteressen Rücksicht nehmen zu müssen (vgl. Neuberger 2004). Hutter (2009, S. 95f.) zeigt mit einer vergleichenden Inhaltsanalyse, dass Medienwatchblogs bisweilen eine höhere journalistische Qualität aufweisen als die (medienjournalistische) Berichterstattung in der Qualitätspresse. Interessant sind auch die Fallstudien von Fengler (2008, S. 170), Schönherr (2008, S. 132) und Wied/Schmidt (2008, S. 189) zum Potential von Medienwatchblogs als Instanz der Qualitätskontrolle. Allerdings haben die meisten bisherigen Studien zu diesem Thema allenfalls explorativen



Charakter; ihre Befunde sind aufgrund geringer Fallzahlen kaum verallgemeinerbar (Eberwein 2010, S. 53). In öffentlichkeitstheoretischer Hinsicht muss bei der Einschätzung des Potentials von Medienblogs beachtet werden, dass diese ihre kommunikativen Leistungen auf einer ganz anderen Öffentlichkeitsebene erbringen als herkömmliche Medienorganisationen. Während der von Medienorganisationen hervorgebrachte Medienjournalismus in der Regel – off- wie online – eine breite Öffentlichkeit für ein heterogenes Publikum mit vielfältigen Interessen (General Interest) herstellt, agieren sowohl die Kommunikationsmedien der Web-2.0-Anwendungen – also Blogs oder soziale Netzwerke – als auch die Fachzeitschriften auf der Ebene der Themen-/Versammlungsöffentlichkeit, wo sie Personen mit Interessen an ähnlichen Themen und Inhalten verbinden (vgl. Künzler 2012, S. 57). Es kann vorkommen, dass medienkritische Debatten die Grenzen der verschiedenen Öffentlichkeitsebenen – meist nur für kurze Zeit – überwinden, beispielsweise wenn in den Massenmedien über Beiträge in sozialen Netzwerken (wie z. B. auf *Facebook*) berichtet wird.

Aus institutionentheoretischer Perspektive ist zu beachten, dass massenmedial hervorgebrachte, öffentliche Kommunikation erst aufgrund ihres Institutions- und Organisationscharakters folgenreich ist, da Massenmedien eine Art Statusfunktion zukommt. Journalismus lässt sich als ein durch Verhaltensregeln gesteuertes Handlungssystem begreifen, das erst durch die «Verknüpfung mit Medien als Organisationen auf Dauer gestellt ist und auf Produktions- wie Rezeptionsseite von Journalismus für einen grossen Kreis von Menschen gilt» (Kiefer 2011, S. 8). Genau dies trifft zumindest nach dem Stand der heutigen Beobachtungen für Medienblogs nicht zu, auch wenn es nicht ausgeschlossen ist. Öffentliche Medienkritik – will sie nicht folgenlos bleiben – ist auf das Vorhandensein von (Medien-)Organisationen angewiesen, die unter Rückgriff auf vorhandene Ressourcen arbeitsteilig, regelbezogen und kontinuierlich ein breites Themenangebot bereitstellen können.

Erste Analysen zeigen denn auch, dass Medienblogs gegenwärtig allenfalls als Ergänzung zum Medienjournalismus der Tagespresse dienen können, nicht aber als Ersatz (Eberwein 2010, S. 151). Es fehlt an Kontinuität in der Berichterstattung, oft auch an eigenständiger Recherche und letztlich an Reichweite.

### 3. Forschungsprogramm: Zielsetzung, Fragestellungen und Vorgehen

Die bisherigen Ausführungen verdeutlichen zum einen die gesellschaftliche Relevanz von öffentlicher Medienkritik. Sie verweisen zum anderen aber auch auf die vielen blinden Flecken der Medienkritik in Form des Medienjournalismus und relativieren die Hoffnungen bezüglich des Potentials von Medienblogs.

In der Schweiz fehlt heute eine transparente Übersicht über all die Instanzen und Organisationen, die sich öffentlich medienkritisch äussern. Es ist weitgehend unklar, von welchen Akteuren überhaupt Medienkritik ausgeht, was sie mit welcher Effektivität und Qualität zu leisten vermögen und inwiefern ihre Kommunikationsangebote in der Öffentlichkeit Resonanz finden. Zudem wurde bisher für die Schweiz nicht systematisch und kontinuierlich untersucht, inwiefern der Medienjournalismus unter Rückgriff auf adäquate Ressourcen (z. B. Zuständigkeiten, Ressortstrukturen), die an ihn herangetragen den Erwartungen zu erfüllen vermag, welches die zentralen Debatten und entsprechenden Inszenierungsmuster sind und unter welchen Bedingungen medienkritische Blogs Wirkung entfalten können. Das genannte Forschungsprojekt am Institut für Angewandte Medienwissenschaft der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Winterthur wird sich genau diesen Fragen annehmen. Mit dem «Radar Medienkritik Schweiz» wird eine Forschungsinfrastruktur aufgebaut, die unter Rückgriff auf ein Mehrmethodendesign entsprechende Analysen kontinuierlich und mittels eines Langzeitvergleichs regelmässig (mindestens jährlich) erbringen kann. Dieser Radar umfasst zum einen eine Strukturanalyse medienkritischer Instanzen in der Schweiz, zum anderen eine Inhaltsanalyse der journalistischen Medienkritik. Die computerunterstützte Inhaltsanalyse wird durch eine Analyse entsprechender Kommunikationsangebote wie Medienblogs ergänzt.

Das Projekt startet mit einer Strukturanalyse derjenigen relevanten medienkritischen Akteure in der Schweiz, die ihre Beurteilungen öffentlich zugänglich machen (z. B. die Stellungnahmen des Presserates oder von Ombudsstellen, Verlautbarungen medienkritischer Organisationen oder wissenschaftliche Studien zu Arbeitsbedingungen und Medienqualität). Kernstück des «Radars Medienkritik Schweiz» ist dann eine Inhaltsanalyse der journalistischen Medienkritik in der

Schweiz. Zur Anwendung kommt eine im Projekt zu entwickelnde computerunterstützte Inhaltsanalyse (CUI), die beliebig viele, online zugänglich gemachte Datenquellen erschliessen kann. Als Quellen werden dabei primär medienjournalistische Erzeugnisse in Publikumsmedien (Print und Online) herangezogen, aber auch – quasi als Vergleichsgrössen – Fachpublikationen sowie Beiträge und Kommentare in Medienblogs oder in einschlägigen sozialen Netzwerken wie beispielsweise *Facebook*. Im Fokus des Forschungsprojektes steht also die journalistische Medienkritik als Selbstbeobachtung, weniger aber die Medienkritik von medienexternen Akteuren wie beispielsweise der Kommunikations- und Medienwissenschaft; diese können aber als mögliche Quellen der medienjournalistischen Kritik eine Rolle spielen (vgl. Abschnitt 1).

Im Rahmen des geplanten Forschungsprojektes kann auf zahlreiche Fallstudien zurückgegriffen werden, in denen beispielsweise den Fragen nachgegangen wurde, inwiefern medienkritische Studien von Schweizer Hochschulen und Universitäten in den Medien Resonanz finden, oder inwiefern die von den Stellungnahmen des Presserates betroffenen Medien diese auch veröffentlichen. Ebenfalls bereits untersucht wurde, inwieweit in den von *Tamedia* und *Ringier* herausgegebenen Gratiszeitungen die Selbstkritik durch die Selbstthematizierungen konzerneigener Publikationen ersetzt wird, und inwiefern sich medienkritische Thematizierungen in Sonntagszeitungen mit bzw. ohne Medienressort unterscheiden. Diese nicht veröffentlichten Vorarbeiten gelten dann als Referenz für die Inhaltsanalysen.

Die Befunde des Forschungsprojektes sollen Ergebnisse für die allgemeine und für die fachliche Öffentlichkeit hervorbringen. Der «Radar Medienkritik Schweiz» soll eine konstruktiv kritische Diskussion ermöglichen und weitere nachhaltig medienkritische journalistische Leistungen anstossen und fördern. Die Ergebnisse der Studie sollen regelmässig (jährlich) in einem Report dargestellt werden, in späteren Ausgaben mit früheren Ergebnissen verglichen und so aufbereitet werden, dass sie in weiteren Kontexten (Symposien, Medienöffentlichkeit, Instanzen zur Förderung der Medienkompetenz usw.) anschlussfähig sind. Der «Radar» soll also auch in nichtwissenschaftlichen Kontexten aufgenommen und hinsichtlich der Orientierungs- und Dialogfunktion «verwertbar» sein.

## 4. Empirische Befunde und Evidenzen

### 4.1 Strukturanalyse der Medienkritik in der Schweiz

#### *Medienkritische Instanzen in der Schweiz*

Medienkritik lässt sich nicht an einer bestimmten Stelle im medialen Produktionsprozess installieren. Vielmehr sind viele Instanzen, Regelsysteme und Interventionen identifizierbar, die als Teile eines Netzwerkes ihren Beitrag leisten. Zu unterscheiden sind medienkritische Akteure ausserhalb des Mediensystems von solchen innerhalb des Mediensystems. Innerhalb des Mediensystems wiederum sind Aktivitäten auf Branchenebene von solchen innerhalb der Medienorganisationen zu differenzieren (vgl. Darstellung VI.4.1).

Ausserhalb des Mediensystems kann Medienkritik durch die Politik beispielsweise in Form von parlamentarischen Vorstössen gefördert werden. Dies ist etwa dann der Fall, wenn die Staatspolitische Kommission (SPK) des Nationalrats die demokratiepolitischen Funktionen der Medien problematisiert und den Bundesrat beauftragen will, eine Vorlage zur Medienförderung auszuarbeiten (SPK 2012). Hier ist auch die vom Gesetz vorgesehene Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI) zu verorten.

Auch die Kommunikations- und Medienwissenschaft kann als Beobachterin von Medienleistungen ein Akteur der Medienkritik sein, wenn sie unabhängig und unter Rückgriff auf theoretisch begründete, transparente Beurteilungskriterien Schlussfolgerungen aus ihren Analysen zieht und diese öffentlich zur Diskussion stellt. Als Beispiel sei hier das Jahrbuch «Qualität der Medien» erwähnt. Dieses kann als Aufforderung an die Medienbranche verstanden werden, «in den Spiegel zu blicken und sich dem Dialog zu stellen, als zusätzliche Messlatte der eigenen Arbeit» (Blum 2011, S. 8). Zu erwähnen ist auch der Bericht des Bundesrats «Pressevielfalt sichern» (Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK 2011), der sich auf fünf Studien stützt, die das Bundesamt für Kommunikation (Bakom) bei kommunikations- und medienwissenschaftlichen Instituten in Auftrag gegeben hatte (vgl. Leonarz 2012).

Die Wissenschaft hat ganz entschiedene Vorteile gegenüber den anderen Instanzen: Sie ist nicht Teil des Mediensystems und operiert in der Regel weder gemäss einer ökonomischen noch einer politischen

Ausserhalb des Mediensystems	Innerhalb des Mediensystems	
	<i>Ebene Branche</i>	<i>Ebene Medienorganisation</i>
Parlamentarische Vorstösse	Stellungnahmen des Schweizer Presserats	Veröffentlichungen von Publikums- und Leserschaftsräten
Beurteilungen der Unabhängigen Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen UBI	Veröffentlichungen von Standesorganisationen und Gewerkschaften	Veröffentlichungen von Ombudsstellen
Forschungsberichte aus der Medienwissenschaft	Medienkritische Fachpublikationen	Publikationen des Medienjournalismus
Veröffentlichungen von medienkritischen Organisationen	Medienblogs, medienkritische soziale Netzwerke	Veröffentlichte Selbstthematierungen, Selbstkritik, Korrekturspalten

#### Darstellung 1: Akteure der Medienkritik

Die Darstellung bildet jene Instanzen, Regelsysteme und Interventionen ab, die – ausserhalb oder innerhalb des Mediensystems – einen Beitrag an die öffentliche Medienkritik leisten. Die Aktivitäten innerhalb des Mediensystems sind zusätzlich in solche auf Branchenebene und solche innerhalb von Medienorganisationen unterteilt.

Logik. Die Kritik der Wissenschaft kann allerdings ihre Wirkung nur dann entfalten, wenn sich einerseits die Forschenden nicht hinter ihren Ergebnissen verschancen, sondern den – für Medienwissenschaftler oft unangenehmen – Gang an die Öffentlichkeit wagen, und andererseits ihre Erkenntnisse vom Medienjournalismus angemessen zur Kenntnis genommen werden (vgl. Wyss 2011). Russ-Mohl und Wilczek vermerken kritisch, dass man «von Kommunikationswissenschaftlern erwarten dürfen [sollte], dass sie nicht nur mit ihresgleichen kommunizieren können» (2011, S. 30). Wissenschaftstransfer in die Öffentlichkeit ist das Ziel des Europäischen Journalismus-Observatorium (EJO) der Universität Lugano ([de.ejo-online.eu](http://de.ejo-online.eu)). Das 2004 gegründete Zentrum EJO bietet ein breites Spektrum – andernorts bereits publizierter – medienjournalistischer Beiträge, etwa zu strukturbezogenen Themen wie Medienethik, Qualitätssicherung, Journalisten-ausbildung, Medienökonomie, Medienpolitik oder Pressefreiheit.

Als weitere medienkritische Instanz sind all die medienkritischen Organisationen zu nennen, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, als zivilgesellschaftliche Akteure die Medien zu beobachten und zu kritisieren (vgl. auch Porlezza/Russ-Mohl 2011): die Vereinigung für kritische Mediennutzung Arbus ([www.arbus.ch](http://www.arbus.ch)), die Stiftung Wahrheit in den Medien ([www.medienwahrheit.ch](http://www.medienwahrheit.ch)), die Aktion Medienfreiheit ([www.medienfreiheit.ch](http://www.medienfreiheit.ch)), der Verein Qualität im Journalismus ([www.quajou.ch](http://www.quajou.ch)), die Gesellschaft für Medienkritik Schweiz ([www.gfmks.ch](http://www.gfmks.ch)), die Stiftung Öffentlichkeit und Gesellschaft ([www.qualitaet-der-medien.ch](http://www.qualitaet-der-medien.ch)) sowie – als jüngster der Genannten – der Verein

Medienkritik Schweiz ([www.medienkritik-schweiz.ch](http://www.medienkritik-schweiz.ch)). Letztere Organisation hat sich bei ihrer Gründung 2010 zum Ziel gesetzt, als Plattform den Dialog zwischen den sehr unterschiedlichen Vereinen und Stiftungen zu organisieren und die Kräfte zu bündeln. Für Blum (2010) gibt es in der Deutschschweiz zu viele Organisationen, die sich – jede für sich – der Medienkritik widmen: «Das Land ist zu klein für eine derartige Zersplitterung. Und Köche, die bloss rühren, verderben den Brei.»

Innerhalb des Mediensystems agiert der Presserat als Kontrollinstanz, die auch von sich aus Fälle aufgreifen und beurteilen kann (Puppis 2009, S. 228; Wyss 2007). Im Jahr 2011 wurden beim Schweizer Presserat 82 Beschwerden eingereicht, was dem Mittel der letzten Jahre entspricht (vgl. Schweizer Presserat 2012). In drei Fällen ist der Presserat von sich aus aktiv geworden. Er hat 72 Stellungnahmen veröffentlicht. Gutgeheissen hat er 14 Beschwerden (12 Zeitungen, 2 Zeitschriften) und teilweise gutgeheissen hat er deren 19 (11 Zeitungen, 4 Zeitschriften, 1 TV SRG SSR, 1 TV Privat, 2 Internet).

Noch gibt es keine systematischen Untersuchungen darüber, inwiefern die Medien die Stellungnahmen des Presserates veröffentlichen und so seine Beurteilung einem breiteren Publikum zugänglich machen. Im Rahmen von Fallstudien des oben skizzierten Forschungsvorhabens musste allerdings festgestellt werden, dass es höchstens in einem Drittel der Fälle zu einer solchen Publikation kommt. Bei ganz oder teilweise gutgeheissenen Beschwerden steigt die Quote bis auf 50 Prozent. Auch gerügte Redaktionen kommen ihrer Abdruckpflicht bei weitem nicht nach (vgl. Wyss

2007). Dies hat den Presserat dazu veranlasst, künftig im Jahresbericht – erstmals 2012 – eine Liste derjenigen Medien zu veröffentlichen, die sich nicht an die Abdruckpflicht gehalten haben (vgl. Lüthi 2012b).

Auf der Ebene der Medienbranche sind Berufsverbände und journalistische Gewerkschaften als medienkritische Akteure aktiv. Die Berufsorganisationen Impressum, Syndicom sowie das Syndicat Schweizer Medienschafter beraten ihre Mitglieder in rechtlichen Fragen, geben Presseausweise heraus, engagieren sich in der Aus- und Weiterbildung, sind im Stiftungsrat des Presserats vertreten und geben gemeinsam das medienkritische zweisprachige Medienmagazin *Edito+Klartext* heraus. In der Deutschschweiz gibt es mit dem *Schweizer Journalist* und *Persönlich* weitere Medienmagazine sowie die Branchennewsletter *Kleinreport*, *Persönlich* und *Werbewoche*. Das von der katholischen und evangelisch-reformierten Kirche herausgegebene Onlinemagazin *medienheft.ch* wurde 2012 nach 18 Jahren Reflexion und Diskussion über Medien aus finanziellen Gründen eingestellt. An dieser Stelle ist auch auf (von Medienorganisationen unabhängige) Medienblogs zu verweisen (vgl. nächster Abschnitt «Medienkritische Blogs»).

Auch die Radio- und Fernsehgenossenschaften der SRG SSR beauftragen ihre Gremien explizit mit Aufgaben der Medienkritik. Wie in allen Sprachregionen gehören auch in der Deutschschweiz der Publikumsrat (ein konsultatives programmbegleitendes Gremium) und die Ombudsstelle zu den Organen der Medienkritik. Im Jahr 2011 hat der Publikumsrat der SRG SSR Deutschschweiz 18 Sendungen (7 beim *SR DRS*, 11 beim *SF*), 2 Online-Auftritte von *SRF* sowie das trimediale Projekt «Treffpunkt Bundesplatz» beurteilt und seine Beobachtungen veröffentlicht. Bei der Ombudsstelle der SRG SSR Deutschschweiz wurden 171 Beanstandungen eingereicht (im Langzeitdurchschnitt sind es 157 Beanstandungen). Von den 116 materiell behandelten Beanstandungen betrafen 14 das Radio, 101 das Fernsehen und 1 das übrige publizistische Angebot. 23 Prozent der behandelten Beanstandungen waren gemäss der Ombudsstelle «mehr oder weniger berechtigt». Den 116 erledigten Beanstandungen stehen 13 gegenüber, die an die Unabhängige Beschwerdeinstanz UBI weitergeleitet wurden.

Der Zuständigkeitsbereich der Ombudsstelle der Radio- und Fernsehveranstalter der deutschen- und

rätromanischen Schweiz erstreckt sich auf alle privaten, lokalen und sprachregionalen Radio- und Fernsehanstalten der deutschsprachigen und rätomanischen Schweiz. Im Jahr 2011 gingen hier insgesamt 52 Beanstandungen und Anfragen ein. Davon konnten nur 16 materiell behandelt und mit einem auf der eigenen Webseite publizierten Schlussbericht abgeschlossen werden. Bei den Deutschschweizer Printmedien gibt es etwa ein halbes Dutzend Ombudsleute. So behandelt beispielsweise der Ombudsmann des *Tages-Anzeigers*, Ignaz Staub, jährlich 150 Fälle; einige davon werden in der nur monatlich erscheinenden Kolumne «In eigener Sache» einem breiteren Publikum zugänglich gemacht. Interessant ist auch das Modell des «Merkers» des *St. Galler Tagblatts*, in dem Persönlichkeiten aus der Region in einer monatlichen Kolumne ihre kritischen Beobachtungen darlegen.

Eine weitere Möglichkeit Selbstkritik zu veröffentlichen, haben die Medienunternehmen, indem sie festgestellte Fehlleistungen beispielsweise in einer Korrekturspalte oder auf der Webseite korrigieren. Es können hier auch soziale Netzwerke wie *Facebook* oder der Nachrichtendienst *Twitter* für entsprechende Korrekturhinweise genutzt werden. Innovativ ist für die Deutschschweiz schliesslich das Modell des Chefredaktors der *Südostschweiz*: David Sieber hat auf der Zeitungswebseite die Rubrik «Interna» eingerichtet und reflektiert dort einmal wöchentlich über das eigene Tun und Lassen und schafft dadurch Transparenz. So schrieb er beispielsweise unter dem Titel «Der Gang nach Canossa» über die «undankbarste Aufgabe eines Chefredaktors, sich für eine offensichtliche Fehlleistung entschuldigen zu müssen [...]. Eine Fehlleistung, bei der ein simples Korrigendum nicht mehr ausreicht» (Sieber 2011).

#### *Medienkritische Blogs*

Ohne Zweifel können Medienblogs potentiell das Spektrum der öffentlichen Medienkritik erweitern. Auch die Möglichkeiten, über Forums- oder Kommentarfunktionen ohne Eintrittsbarrieren journalistische Angebote direkt zu kritisieren, können die öffentliche Thematisierung von Medienleistungen bereichern. So sind denn auch in der Schweiz in den letzten Jahren solche Plattformen entstanden (vgl. Darstellung 2).

Mittlerweile mischt sich die anfängliche Euphorie aber auch mit Skepsis, was Resonanz und Nachhaltigkeit

solcher Plattformen angeht. So wie viele Medienwatchblogs aufgekommen sind – sang- und klanglos –, sind einige von ihnen auch wieder verschwunden. Ende Februar 2012 ist beispielsweise auf dem *Blick am Abend Blog* zu lesen: «BlaABlog hört auf. [...] Sie werden vielleicht sagen: Was, schon?! [...] Wir sagen: Dankeschön! Und auf Wiedersehen. Die Show muss weitergehen.» (BlaABlog 2012) Bei *blattpolitik.ch* heisst es seit Mai 2011: «Leider ist *blattpolitik.ch* seit etwas mehr als zwei Jahren inaktiv. Alle Versuche, aus *blattpolitik.ch* einen breit abgestützten Medienblog mit mehreren Autorinnen und Autoren zu machen, sind gescheitert.» (Blattpolitik 2011) Der Initiant Stefan Schaer verweist auf seinen persönlichen Blog *stefan-schaer.ch*, auf dem er monatlich medienkritische Kommentare formuliert. So gibt es eine unüberblickbare Zahl persönlicher Medienblogs, die aufgrund ganz unterschiedlicher Motive gegründet wurden. Ein weiteres Beispiel ist der Blog *mediensalat.info*, dessen Urheber sich – inspiriert von anderen Blogs – «in erster Linie mit den deutschsprachigen Medien im Internet und im Fernsehen und deren Fehlern, Peinlichkeiten sowie anderen bemerkenswerten Kuriositäten» beschäftigen will (Mediensalat 2012).

Mangel an Ressourcen ist meist der Hauptgrund für die wachsenden Friedhöfe der Medienblogs im Netz, womit wiederum das Institutionalierungsproblem angesprochen ist. Medienjournalismus braucht eine adäquat mit Ressourcen ausgestattete Organisation. Die intrinsische Motivation engagierter Journalisten (-Beobachter) genügt nicht. Die vielbeschworene Unabhängigkeit der Medienblogs von Medienkonzernen (vgl. Degen/Spiller 2012, S. 3) ist oft teuer erkauft – meist mit Arbeit zum Gotteslohn. So stellt denn auch Nick Lüthi, der erfahrene Medienjournalist und Chefredaktor des innerhalb der Medienszene überdurchschnittlich viel beachteten und professionell anmutenden Medienblogs *medienwoche.ch*, fest: «Das Modell der selbsternannten (und oft anonymen) Medienwachhunde konnte sich in der Schweiz nicht etablieren.» (Lüthi 2012a)

Explorative Analysen einzelner Medienblogs bestätigen weitgehend die bisherigen medienwissenschaftlichen Beobachtungen, wonach «die Szene der Watchblogs in Deutschland, Österreich und der Schweiz [...] von einem hohen Grad an Inkonsistenz geprägt [ist]. Nur wenige Betreiber achten darauf, regelmässig und kon-

Medienwatchblog	URL
Fehlerli	fehler.li
Infamy	infam.antville.org
Journalistenschredder	blogdessennamenmansichnichtmerkenkann.wordpress.com
Medienkritik Schweiz	medienkritik-schweiz.ch
medienkritisch	medienkritisch.ch
Medienspiegel	www.medienspiegel.ch
Medienwoche	medienwoche.ch
O-Ton	o-ton.ch

**Darstellung 2: In der Deutschschweiz aktive Medienwatchblogs**

Die Darstellung listet Medienwatchblogs mit ihrer URL auf.

tinuierlich zu publizieren. Viele Watchblogs sind nur wenige Monate aktiv und ruhen anschliessend im Netz» (Degen/Spiller 2012, S. 14). Die in den Fallstudien untersuchten Medienblogs der Deutschschweiz variieren sehr stark bezüglich Thematik, Regelmässigkeit und Länge der Einträge. Auf den Seiten von *medienspiegel.ch* etwa werden lange Diskussionen geführt – freilich von einer gut überblickbaren Anzahl von Kommentatoren (2011 waren es durchschnittlich 9,4 Kommentare pro Beitrag), während auf dem Radioblog *O-Ton* kaum Kommentare zu finden sind. Die *medienwoche.ch* zeichnet sich durch überdurchschnittlich viel Eigenleistung und Recherche aus. Insgesamt ist zu beobachten, dass die zitierten Quellen in der Regel auf Printmedien oder Onlineplattformen verweisen, kaum aber auf andere medienkritische Blogs. Zudem werden Medienleistungen von Print- und Onlinemedien weit häufiger thematisiert als solche von Radio und Fernsehen.

Die ersten Befunde aus den Fallstudien zum medienkritischen Potential von Medienblogs fallen also auch für die Deutschschweiz ernüchternd aus. Auch Hinweise auf das medienkritische Potential von sozialen Netzwerken ist zunächst mit Skepsis zu begegnen, denn diese Art der öffentlichen Kommunikation überschreitet noch weit weniger die Ebene der Themen- oder Versammlungsöffentlichkeit (vgl. Künzler 2012, S. 57). Deutlich vor Augen führt dies eine Fallstudie, die der Frage nachging, inwiefern auf den Facebookseiten bestimmter Medienorganisationen zu bestimmten Fällen medienkritische Kommentare ausgetauscht werden. Die Affäre Hildebrand beispiels-

Tageszeitungen		Sonntags- & Wochenzeitungen	
	Auflage in Tausend*		Auflage in Tausend*
20 Minuten	496	SonntagsZeitung	182
Blick am Abend	321	Der Sonntag	158
Blick	208	Weltwoche	78
Tages-Anzeiger	196	WochenZeitung	16
Aargauer Zeitung	179		
Berner Zeitung	194		
Neue Zürcher Zeitung	133		
Die Südostschweiz	123		
Neue Luzerner Zeitung	121		
St. Galler Tagblatt	118		
Basler Zeitung	78		

\* WEMF beglaubigte Auflage 2011

### Darstellung 3: In der Vorstudie untersuchte Zeitungen

Die Gesamtausgaben der in der Darstellung aufgeführten Zeitungen wurden im Studienzeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2012 auf journalistische Medienkritik untersucht. Das Sample umfasst journalistisch leistungs- und auflagenstarke Titel des Typs Gratis, Abonnement, Boulevard und Sonntag/Magazin (Quelle: WEMF beglaubigte Auflage 2011).

weise wird auf der Facebookseite der *Neuen Zürcher Zeitung* gerade 16-mal medienkritisch kommentiert, auf der Fanseite des *Blicks* finden sich dazu sechs medienkritische Beiträge.

Ob der Nachrichtendienst *Twitter* Potentiale zur Medienkritik freisetzen kann, ist ebenfalls fraglich. So will Lüthi in Twittermeldungen zwar «Hinweise auf Rechtschreibfehler, Ergänzungen zu unvollständigen Recherchen, Schelte für berufsethisch zweifelhaftes Gebaren, aber auch Lob und Komplimente für gelungene Stücke» gelesen haben (Lüthi 2012a), daraus aber gleich einen Vorteil der Selbstbeobachtung via *Twitter* gegenüber der Fremdbeobachtung abzuleiten, ist etwas kurzschlüssig. Die Selbstbeobachtungsfälle bleiben, auch wenn sich immer mehr journalistische Berufskollegen via *Twitter* (selbst-)kritische Scharmützel liefern.

## 4.2 Inhaltsanalyse journalistischer Medienkritik – Befunde einer Vorstudie

### Zur Auswahl des Samples

In einer Vorstudie zum geplanten Forschungsprojekt wurden im Untersuchungszeitraum vom 1. Januar bis 31. März 2012 elf Tageszeitungen (inklusive Gratiszeitungen) und vier Wochen- und Sonntagszeitungen ausgewertet, die in deutscher Sprache in der deutschsprachigen Schweiz erschienen sind. Die ausgewählten Zeitungen zählen zu den weitreichenden Titeln (zum Mediensample vgl. Darstellung 3). Das Interesse der Vorstudie galt dem quantitativen Gewicht und den inhaltlichen Schwerpunkten journalistischer Medienkritik.

Eine «inhaltlich» verlässliche (theoretische wie empirische) Bestimmung von Medienkritik stellt kein tri-

viales Auswahlproblem dar. In einem ersten Schritt wurde deshalb in der Schweizer Mediendatenbank (SMD) mittels Suchstring «Journali\* AND Medi\* AND (Presserat\* OR UBI OR Redak\* OR Send\* OR Fernseh\* OR Radio\* OR Zeitung\* OR Internet\*)» nach medienjournalistischen Beiträgen gesucht. Der Suchstring wurde im Rahmen einer weiteren Vorstudie erarbeitet und validiert. Insgesamt konnten auf diese Weise 445 Tageszeitungsartikel und 116 Wochen- und Sonntagszeitungsartikel ermittelt werden. In die Untersuchung wurden anschliessend Filter eingebaut, um einen aussagekräftigen Kern medienkritischer Berichterstattung zu bestimmen. Ausgesondert wurden rein medienjournalistische Beiträge, wenn diese beispielsweise Jubiläen, Berichterstattungen zur Medienprominenz oder zu verschiedenen Info-, Edu- oder Entertainmentformaten thematisierten. Mit diesem ersten inhaltlichen Filter konnte das Sample von 561 auf 243 Artikel reduziert werden. Mit einem zweiten Filter wurde bestimmt, ob die medienkritische Berichterstattung das Hauptthema bildete (Reduktion auf 181 Artikel) und mit einem dritten Filter wurde ermittelt, ob schweizerische Sachverhalte in den Vordergrund der medienkritischen Berichterstattung gerückt wurden. Unter Anwendung dieser drei Filter blieben von den 561 Artikeln noch 106 übrig, die inhaltsanalytisch tiefergehend untersucht wurden.

### Ausgewählte Befunde

Im Folgenden werden ausgewählte Befunde aus der Vorstudie präsentiert. Dabei ist nochmals festzuhalten, dass nur 19% der ursprünglich über den Suchstring

gefundenen Artikel einem engen Kern medienkritischer Berichterstattung aus der Schweiz zugeordnet werden können (106 von 561 Artikeln). Das bedeutet, dass der Grossteil medienjournalistischer Berichterstattung nicht kritisch, selbstreflexiver Art ist. Der Befund bestätigt die von Hickethier für Deutschland gemachte Beobachtung, dass in der Berichterstattung über Medien der «kritische Fokus verloren zu gehen und einem allgemeinen Reden über die Medien Platz zu machen» drohe (2005, S. 61).

Die Medienberichterstattung wird in den einzelnen Zeitungstiteln unterschiedlich extensiv gepflegt. Noch bevor die drei Filter aktiviert sind, dominiert bei den Tageszeitungen die *Neue Zürcher Zeitung* mit 83 Artikeln (19%). *Der Sonntag* und die *Weltwoche* dominieren das Sample der Wochen- und Sonntagszeitungen mit 42 (36%) bzw. 41 (35%) Artikeln. Dieser Befund deutet darauf hin, dass die Medienberichterstattung mit Auflage und spezifischer struktureller Ausstattung korreliert. Die drei Spitzenreiter haben für diese selbstreflexive Berichterstattung eine spezifische Ressort- bzw. Rubrikenstruktur ausdifferenziert.

Noch deutlicher wird dieser Befund nach der Aktivierung der drei Filter. Im engen Kern medienkritischer Berichterstattung nimmt die Dominanz einzelner Zeitungstitel nochmals zu: Bei den Tageszeitungen dominiert weiterhin die *Neue Zürcher Zeitung* mit 25 (37%) von 67 Artikeln; bei den Wochen- und Sonntagszeitungen *Der Sonntag* mit 18 (46%) von 39 Artikeln. Die Befunde einzelner Fallstudien erhärten die Beobachtung, dass Medien mit entsprechenden Zuständigkeiten und Ressortstrukturen häufiger und umfassender medienkritisch berichten als Medien ohne entsprechende Organisationsstrukturen. Medienorganisationen werden in den medienkritischen Artikeln allerdings nur zurückhaltend angesprochen. Das könnte als Übereinstimmung mit dem Theorem der «blinden Flecken» des Medienjournalismus interpretiert werden. Die *SRG SSR* wird mit 23 von 106 Artikeln am häufigsten thematisiert, dabei dominiert das *SF*, was auch mit der von der SVP getragenen Kampagne gegen die *SRG SSR* zu erklären ist.

Private Rundfunkveranstalter kommen zusammen auf zehn Nennungen. Interessanterweise sprechen erste Befunde dafür, dass hier meist einzelne Sendeformate kritisiert werden und die Kritik weniger häufig in einem Zusammenhang mit dem Service Public bzw.

der gesellschaftlichen Aufgabe der Medien steht. Die *Neue Zürcher Zeitung* wird 14-mal genannt; gefolgt von *Ringier* (13-mal), *Tamedia AG* (9-mal), *AZ Medien AG* (3-mal) und *Edipresse* (1-mal). Die *Südostschweiz* wird in den ersten drei Monaten 2012 in keinem Artikel des Samples angesprochen. Andere Schweizer Medien kommen zusammen auf 16 Nennungen.

Medienkritische Berichterstattung ist vor allem journalistisch redaktionelle Eigenleistung. 90 von 106 Artikeln basieren auf Eigenleistungen. Medienkritische Beiträge stammen nur in 37 von 106 Fällen von externen Dritten. Dies könnte ein Hinweis auf die mangelnde Offenheit für Kritik von aussen sein. Wenn überhaupt vorhanden, so ist medienkritische Berichterstattung eher am journalistischen Endprodukt als an der kritischen Darstellung von Entstehungsbedingungen und Randbedingungen der journalistischen Produktion interessiert. In 62 von 106 Artikeln wird auf ein konkretes journalistisches Endprodukt (Zeitung, Programm) verwiesen. Das bedeutet aber auch, dass strukturelle Aspekte eher vernachlässigt werden.

Medienkritische Berichterstattung zeigt sich hinsichtlich der eigenen Redaktion oder des eigenen Medienhauses sehr zurückhaltend: Gerade mal bei 28 von 106 Artikeln konnte eine solche Selbstkritik ermittelt werden. Dieser Befund wurde in verschiedenen Fallstudien mehrfach bestätigt. Überdies bleibt die Kritik eher unbestimmt. Zwar werden allgemeine journalistische Fehlleistungen in 61 von 106 Artikeln thematisiert. Konkrete sprachliche und gestalterische Fehlleistungen, werden aber nur in 16 von 106 Artikeln angesprochen. Insgesamt werden die Rahmenbedingungen journalistischen Arbeitens nur zurückhaltend thematisiert, nämlich in 23 von 106 Artikeln (vgl. Darstellung 4).

Rahmenbedingungen	Anteile
gesellschaftliche, kulturelle	39 von 106 Artikel
rechtliche	37 von 106 Artikel
betriebswirtschaftliche	36 von 106 Artikel
politische	22 von 106 Artikel
volkswirtschaftliche	8 von 106 Artikel
andere	11 von 106 Artikel

**Darstellung 4: Medienkritische Berichterstattung – Fokus auf Rahmenbedingungen journalistischen Arbeitens**

Die Darstellung zeigt, inwiefern in der Berichterstattung mit engem medienkritischem Kern (n = 106 Beiträge) unterschiedliche Rahmenbedingungen journalistischen Handelns thematisiert werden.

Institutionen der schweizerischen Medienkritik werden in 28 von 106 Artikeln genannt. Der Schweizer Presserat wird im Untersuchungszeitraum in 12 Artikeln angesprochen, die Unabhängige Beschwerdeinstanz UBI in 3 und die Ombudsstelle in 1 Artikel. Die Institutionen der Medienpolitik – Parteien, Parlamente, Exekutiven – werden nur in begrenztem Umfang dargestellt. In Bezug auf die Beschwerdeinstanz Presserat wird in einer vertiefenden Fallstudie der Befund erhärtet, dass dessen Stellungnahmen in der Medienberichterstattung kaum auf Resonanz stossen (nicht öffentlich zugängliche studentische Arbeit).

Während in den kommunikations- und medienwissenschaftlichen Auseinandersetzungen mit dem Status quo der journalistischen Berichterstattung eine Reihe von Themen in den Vordergrund gestellt werden, bleiben diese in der medienkritischen Berichterstattung eher randständig (vgl. Darstellung 5). Die medienkritische Berichterstattung greift die Erkenntnisse wissenschaftlicher Forschung somit nur zurückhaltend auf.

Kommunikations- und medienwissenschaftlich relevante Themen	Anteil
Qualitätsverlust	26 von 106 Artikel
Skandalisierung	24 von 106 Artikel
Medialisierung	21 von 106 Artikel
Konvergenz, Multimediatisierung	19 von 106 Artikel
Personalisierung	17 von 106 Artikel
Dramatisierung	15 von 106 Artikel
Kommerzialisierung	15 von 106 Artikel
Entdifferenzierung von PR, Werbung, Journalismus	12 von 106 Artikel
Medienkonzentration	8 von 106 Artikel
Social Media und journalistische Arbeit	8 von 106 Artikel

**Darstellung 5: Medienkritische Berichterstattung – Fokus auf kommunikations- und medienwissenschaftlich relevante Themen**

Die Darstellung zeigt, inwiefern innerhalb der Berichterstattung mit engem medienkritischem Kern (n = 106 Beiträge) kommunikations- und medienwissenschaftliche Erkenntnisse aus aktuellen Publikationen aufgegriffen und verarbeitet wurden.

Sind alle Filter aktiviert – Medienkritik, in der Hauptsache, in der Schweiz –, so erweist sich die Zahl der Themen, die «Schlagzeilen» im gegebenen Sample machten, als niedrig. Selbst die Hildebrand-Affäre machte da keine Ausnahme, wo der medienkritische Diskurs – trotz offensichtlicher publizistischer Fehler – insgesamt randständig blieb. Hier wurde unter anderem die Beanstandung einer fehlerhaften Berichterstat-

tung der *Weltwoche* durch die Bank Sarasin beim Schweizer Presserat zum Thema. Im Fokus stand, dass Roger Köppel, Martin Spieler und Marc Walder sich auf Einladung von Philippe Gaydoul «in London ein vergnügliches Wochenende mit allem Drum und Dran» machten (*Der Sonntag*, 5. Februar 2012, S. 25). Zum Thema wurde auch ein sogenanntes «Kochbuch für Profis», ein Leitfaden zur Qualitätssicherung in Redaktionen, das Stefan Russ-Mohl in der *Neuen Zürcher Zeitung* (Nr. 67. 20. März 2012) vorstellte. Ansonsten wurden unterschiedliche Einzelthemen veröffentlicht, zum Beispiel ein Interview mit Ruedi Matter in der *SonntagsZeitung* vom 15. Januar 2012 oder ein Leserbrief «Schimpf und Schande über den Kulturredaktor» in der *Südostschweiz* vom 19. Januar 2012, aber etwa auch, dass der Moderator der Sendung «Eco» in der Sendung seinen Lohn offenlegte. Schliesslich wurden die journalistischen Arbeits- und Gestaltungsweisen betreffend den Carunfall im Wallis (14. März 2012) intensiver thematisiert. Patrik Müller schrieb dazu im Editorial des *Sonntag*: «Auflage und Klicks gehen vor, Ethik- und Pietätsüberlegungen sind bloss lästig.» (18. März 2012)

Insgesamt ergab sich so das Bild einer schwach kritischen Medienberichterstattung. Zieht man als Massstab etwa die aktuellen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studien zur Zukunft der Medien in der Schweiz heran (vgl. Leonarz 2012), so wird deutlich, dass die medienkritische Berichterstattung eher beiläufig zu ihren Themen findet und kaum die tatsächlichen oder auch nur vermeintlichen Probleme der aktuellen journalistischen und medialen Praxis in der Schweiz reflektiert.

## 5. Fazit und Ausblick

Die moderne demokratische Gesellschaft ist auf Medienkritik angewiesen. Die öffentliche Diskussion von Leistungserwartungen und Leistungskriterien professionellen journalistischen Handelns ermöglicht und erfordert einen «selbstreflexiv-kritischen Umgang mit dem eigenen Tun und dem der Mitspieler im institutionellen Feld» (Kiefer 2011, S. 18). Eine systematische, auf Kriterien bezogene und nachvollziehbare journalistische Medienkritik ist – angesichts der zentralen Bedeutung der Institution Journalismus in einer demokratischen Gesellschaft – auch eine Transparenz- und Rechenschaftspflicht. Nur eine solche Kritik



	sehr oft	häufig	selten	nie
SRG SSR (398 Beiträge)	8%	30%	41%	21%
Privatrundfunk (294 Beiträge)	8%	30%	46%	16%
Printmedien (1140 Beiträge)	5%	15%	43%	37%
Gesamt (2132 Beiträge)	6%	20%	43%	31%

#### Darstellung 6: Wie häufig berichten Journalisten über Medienthemen?

Die Darstellung zeigt für die SRG SSR, den Privatrundfunk und die Printmedien, wie intensiv sie sich in ihrer Berichterstattung medienjournalistischen Themen widmen. Die Daten stammen aus einer Journalistenenquete aus dem Jahr 2008, die am Institut für Angewandte Medienwissenschaft an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) durchgeführt wurde (vgl. Keel 2011).

ermöglicht es dem Publikum, seine simple Rolle des Konsumenten zu überwinden und die Rolle des sozialen Akteurs und Bürgers, der für sein Mediensystem und dessen Qualität mitverantwortlich ist, zu übernehmen (vgl. Wyss 2009).

Die Aufgabe der Medienkritik kann nun aber nicht dem Medienjournalismus allein überlassen werden, auch wenn sein Beitrag zur Veröffentlichung unverzichtbar bleibt. Zu gross sind die empirisch nachweisbaren blinden Flecken und Selbstbeobachtungsfällen. Dazu kommt die institutionelle Schwäche des Medienjournalismus, die sich auch darin äussert, dass in der Schweiz gerade mal sechs Prozent aller Journalisten häufig über Medien berichten (vgl. Darstellung 6). In der sogenannten Mediengesellschaft berichten 31 Prozent der Journalisten nie und 43 Prozent nur selten über Medien. Medienjournalismus bleibt somit struktur- und inhaltsschwach. Die ersten empirischen Befunde aus den hier zur Diskussion gestellten Vorstudien verdeutlichen, dass medienkritische Berichterstattung vorleistungsabhängig ist. Als These kann formuliert werden: Es braucht in der Regel ein Ereignis aus einem anderen Gesellschaftsbereich (z. B. der Tod von Muammar al-Gaddafi, die Hildebrand- oder Wulff-Affäre), an das der Medienjournalismus nach üblichen Berichterstattungsmustern und Inszenierungsregeln anschliessen kann.

Die Delegation dieser Aufgabe an selbstregulierende Kräfte ist eine naive Haltung. Auch die zahllosen, zersplitterten, medienkritischen Organisationen sowie die beliebig agierenden und kaum auf Dauer gestellten Medienblogs vermögen bis heute der Medienkritik nicht die öffentliche Plattform zu geben, die sie gemäss ihrer demokratietheoretischen Bedeutung benötigen würde. Je stärker sich aber – gerade durch Medienblogs, die sozialen Netzwerke oder *Twitter* – die Öffentlichkeitsstruktur horizontal und vertikal ausdifferenziert,

desto grösser wird die Notwendigkeit zur Reduktion von Komplexität in der Öffentlichkeit. Dies trifft für den Medienjournalismus bzw. die öffentliche Medienkritik genauso zu wie für den Journalismus generell.

Medienkritik sollte von Zufälligkeiten der (medien-)journalistischen Berichterstattung ebenso befreit werden wie von zeit- und befindlichkeitsgebundenen Parolen partikularer (politischer) Interessen. Damit ist die Kommunikations- und Medienwissenschaft angesprochen. Sie kann als unabhängiger Akteur dem Desiderat einer empirisch-analytisch fundierten und kontinuierlichen Beobachtung von Medienleistungen besser begegnen. Sie ist in der Lage, unabhängig und anhand von nachvollziehbaren, transparenten Massstäben Problemfelder und Fehlentwicklungen zu erkennen, aber auch – aufgrund systematischer Vergleiche – Qualitätskonzepte und Modelle für Lösungen zur Diskussion zu stellen. Da wirksame Medienethik jedoch nur interaktiv möglich ist bzw. die Reflexivität zwischen Beobachtern und Beobachteten erfordert, muss die Wissenschaft gemäss den Prinzipien der Partizipation und der Koordination möglichst viele (medienkritische) zivilgesellschaftliche Akteure sowie die Medienpraxis einbeziehen. Es geht um eine konstruktive Auseinandersetzung, in der die demokratisch legitimierten und in Grundrechten abgesicherten Ansprüche der Bürger auf funktionale journalistische Berichterstattung respektiert werden. Gemäss dem Prinzip der Rekursivität muss sich wissenschaftliche Medienkritik auf transparente Qualitätskriterien beziehen, die sich aus der öffentlichen Aufgabe des Journalismus ableiten lassen. Schliesslich ist auch die wissenschaftlich basierte Medienkritik auf öffentliche Resonanz über Publikumsmedien angewiesen. Mit dem Jahrbuch «Qualität der Medien» werden die vielen Schneisen im Dickicht der Medienkritik breiter (fög 2011, 2010, 2009).

## Literatur

- Beuthner, Michael (Hg.), 2005: Die Selbstbeobachtungsfälle. Grenzen und Grenzgänge des Medienjournalismus, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Beuthner, Michael / Weichert, Stephan Alexander, 2005: Und wer beobachtet die Medien? Über die Kritikfunktionen und blinden Flecken des Medienjournalismus, in: Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik?, hg. von Gerd Hallenberger / Jörg-Uwe Nieland, Köln: Halem, S. 41–58.
- BlaABlog, 2012: BlaABlog hört auf. Abgerufen unter: [www.superblaa.blogspot.ch](http://www.superblaa.blogspot.ch) (Zugriff: 30.6.2012).
- Blattkritik, 2011: Weiter geht's auf stefan-schaer.ch. Abgerufen unter: [www.blattkritik.ch](http://www.blattkritik.ch) (Zugriff: 30.6.2012).
- Blum, Roger, 2010: Das Elend der Medienkritik in der Schweiz. Zu viele Köche verderben den Brei. Abgerufen unter: [www.persoendlich.com/news/show\\_news.cfm?newsid=88854](http://www.persoendlich.com/news/show_news.cfm?newsid=88854) (Zugriff: 30.6.2012).
- Blum, Roger, 2011: Der Blick in den Spiegel, in: Jahrbuch 2011 Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera, hg. von fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich, Basel: Schwabe, S. 7–8.
- Degen, Matthias / Spiller, Ralf, 2012: Watchblogs – ein unterschätztes Instrument der Medienkritik. Conference Paper, Lugano: Media Accountability Conference.
- Domingo, David / Heinonen, Ari, 2008: Weblogs and Journalism. A Typology to Explore the Blurring Boundaries, in: Nordicom Review 29(1), S. 3–15. Abgerufen unter: [www.nordicom.gu.se/common/publ\\_pdf/264\\_domingo\\_heinonen.pdf](http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/264_domingo_heinonen.pdf) (Zugriff: 30.06.2012).
- Eberwein, Tobias, 2008a: Raus aus der Selbstbeobachtungsfälle! Zum medienkritischen Potenzial der Blogosphäre, in: Neue Gegenwart, Nr. 56. Abgerufen unter: [www.neuegegenwart.de/ausgabe56/medienjournalismus.htm](http://www.neuegegenwart.de/ausgabe56/medienjournalismus.htm) (Zugriff: 30.06.2012).
- Eberwein, Tobias, 2008b: Typen und Funktionen von Medienblogs, in: [coolepark.de](http://coolepark.de). Abgerufen unter: [www.coolepark.de/2008/12/23/typen-und-funktionen-von-medienblogs/](http://www.coolepark.de/2008/12/23/typen-und-funktionen-von-medienblogs/) (Zugriff: 23.06.2012).
- Eberwein, Tobias, 2010: Von «Holzhausen» nach «Blogville» – und zurück. Medienbeobachtung in Tagespresse und Weblogs, in: Journalismus und Öffentlichkeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag. Festschrift für Horst Pöttker, hg. von Tobias Eberwein / Daniel Müller, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 143–165.
- Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK, 2011: Pressevielfalt sichern. Bericht des Bundesrates in Erfüllung des Postulats Fehr 09.3629 und des Postulats der Staatspolitischen Kommission des Nationalrates (SPK-NR) 09.3980 vom 29. Juni 2011.
- Engels, Kerstin / Hickethier, Knut / Jarren, Otfried / Weiss, Ralph, 2005: Zusammenfassung der Studie «Zur Kritik der Medienkritik – Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten». Abgerufen unter: [www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Pressemeldungen/medienkritik-zus.pdf](http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Pressemeldungen/medienkritik-zus.pdf). (Zugriff: 07.09.2011).
- Fengler, Susanne, 2001: Medienjournalismus als Instrument der Medienselbstkontrolle? Ergebnisse von Kommunikatorstudien aus Deutschland und den USA im Vergleich, in: Medienwissenschaft Schweiz, Nr. 1, S. 10–13.
- Fengler, Susanne, 2003: Medienkritik – feuilletonistische Textorte oder Strategie zur Qualitätssicherung?, in: Qualität im Journalismus. Grundlagen, Dimensionen, Praxismodelle, hg. von Hans-Jürgen Bucher / Klaus Dieter Altmeppen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 147–161.
- Fengler, Susanne, 2005: Vorbildliche Medienkritik – oder «media gossip»? Medienjournalismus in den USA, in: Die Selbstbeobachtungsfälle. Grenzen und Grenzgänge des Medienjournalismus, hg. von Michael Beuthner, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 329–336.
- Fengler, Susanne, 2008: Media WWWatchdogs? Die Rolle von Blogs für die Medienkritik in den USA, in: Journalismus online – Partizipation oder Profession?, hg. von Torsten Quandt / Wolfgang Schweiger, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 157–171.
- fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Hg.), 2009: Jahrbuch 2009 Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera, Basel: Schwabe.
- fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Hg.), 2010: Jahrbuch 2010 Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera, Basel: Schwabe.
- fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Hg.), 2011: Jahrbuch 2011 Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera, Basel: Schwabe.
- Grilo, Marcia Rogerio / Pélissier, Nicolas, 2006: La blogosphère, un cinquième pouvoir? Critique du journalisme et reconfiguration de l'espace public au Portugal, in: Réseaux 24(138), S. 159–184.
- Hallenberger, Gerd / Nieland, Jörg-Uwe, 2005: Medienkritik revisited, in: Neue Kritik der Medienkritik, hg. von Gerd Hallenberger / Jörg-Uwe Nieland, Köln: Halem, S. 7–20.
- Henzirohs, Urban, 2006: Medienjournalismus in der Schweiz. Quantitative Untersuchung zur Entwicklung des Medienjournalismus in Schweizer Tageszeitungen. Lizentiatsarbeit, Universität Freiburg.
- Hickethier, Knut, 2005: Der Herbst der Medienkritik, in: Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik, hg. von Gerd Hallenberger / Jörg-Uwe Nieland, Köln: Halem, S. 59–89.
- Höpli, Gottlieb, 2011: Laudatio für Rainer Stadler, in: Medienkritik Schweiz. Abgerufen unter: [www.medienkritik-schweiz.ch/2011/09/laudatio-fur-rainer-stadler](http://www.medienkritik-schweiz.ch/2011/09/laudatio-fur-rainer-stadler) (Zugriff: 20.3.2012).
- Hutter, Andres, 2009: Watchblogs: Medienkritik 2.0? Eine inhaltsanalytische Untersuchung journalistischer Qualität in medienkritischen Weblogs. 1. Aufl., Boizenburg: Werner Hülsbusch.
- Imhof, Kurt, 2011: Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels, Frankfurt a.M.: campus.
- Kiefer, Marie Luise, 2011: Die schwierige Finanzierung des Journalismus, in: Medien & Kommunikationswissenschaft 59(1), S. 5–22.

- Kreitling, Holger, 1996: Das neue Ressort. Warum ist Medienberichterstattung zum festen Bestandteil bundesdeutscher Printmedien avanciert? Eine qualitative Befragung von Ressortleitern und Redakteuren, Magisterarbeit, FU Berlin.
- Krüger, Udo Michael / Müller-Sachse, Karl H., 1998: Medienjournalismus. Strukturen, Themen, Spannungsfelder, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Künzler, Matthias, 2012 (in Vorbereitung): Mediensystem Schweiz, Konstanz: UVK Verlag.
- Leonarz, Martina (Hg.), 2012: Im Auftrag des BAKOM. Aktuelle Studien zur Leistungsfähigkeit von Presse, Radio und Fernsehen in der Schweiz. Universität Zürich: SwissGIS.
- Lichtenstein, Dennis, 2011: Kommerzialisierung des Medienjournalismus. Eine empirische Untersuchung zum Fall «Berliner Zeitung», in: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 59(2), S. 216–234.
- Lowrey, Wilson, 2006: Mapping the journalism-blogging relationship, in: *Journalism* 7(4), S. 477–500.
- Lüthi, Nick, 2012a: Medienkritik. Zwischern statt bellen. Abgerufen unter: [www.medienwoche.ch/2012/05/23/zwischen-statt-bellen](http://www.medienwoche.ch/2012/05/23/zwischen-statt-bellen) (Zugriff 30.6.2012).
- Lüthi, Nick, 2012b: Presserat. «Man kann dem auch Pranger sagen.» Abgerufen unter: [www.medienwoche.ch/2012/06/28/man-kann-dem-auch-pranger-sagen](http://www.medienwoche.ch/2012/06/28/man-kann-dem-auch-pranger-sagen) (Zugriff 28.6.2012).
- Malik, Maja, 2004: Journalismusjournalismus, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mediensalat, 2012: In eigener Sache. Abgerufen unter: [www.mediensalat.info/wordpress/?page\\_id=2](http://www.mediensalat.info/wordpress/?page_id=2) (Zugriff: 30.6.2012).
- Morresi, Enrico, 2010: Stellenwert der Ethik in der Ausbildung der Journalistinnen und Journalisten, in: *Jahrheft 2010 des Schweizer Presserates*, S. 26–29. Abgerufen unter: [www.presserat.ch/Documents/Jahrheft\\_2010.pdf](http://www.presserat.ch/Documents/Jahrheft_2010.pdf) (Zugriff 30.6.2012).
- Mrazek, Thomas, 2006: Ungebetene Kritiker, in: *Journalist* 55(1), S. 44–46.
- Neuberger, Christoph, 2004: WEBLOGS & CO. Partizipation statt Redaktion? Abgerufen unter: [www.goa2003.onlinejournalismus.de/forschung/weblogs.php](http://www.goa2003.onlinejournalismus.de/forschung/weblogs.php) (Zugriff: 30.1.2012).
- Porlezza, Colin, 2004: Die harmlosen Watch-Dogs. Zwischen Konkurrenzschelte und Selbstbeweihräucherung, in: *message*, Nr. 3, S. 96–98.
- Porlezza, Colin / Russ-Mohl, Stephan, 2011: Switzerland: The Principle of Diversity, in: *Mapping Media Accountability – in Europe and Beyond*, hg. von Tobias Eberwein / Susanne Fengler / Epp Lauk / Tanja Leppik-Bork, Köln: Halem, S. 168–180.
- Puppis, Manuel, 2009: Organisationen der Medienselbstregulierung. Europäische Presseräte im Vergleich, Köln: Halem.
- Russ-Mohl, Stephan, 1994: Der I-Faktor. Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus – Modell für Europa?, Osnabrück / Zürich: Edition Interfrom.
- Russ-Mohl, Stephan / Fengler, Susanne, 2002: Scheinheiliger Aufklärer? Wie Journalismus und Medien über sich selbst berichten, in: *Medien und Ethik*, hg. von Matthias Karmasin, Stuttgart: Reclam, S. 175–193.
- Russ-Mohl, Stephan / Wilczek, Bartosz, 2011: Medien, Medienforschung und Kritik. Gastbeitrag, in: *Jahrbuch 2011 Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera*, hg. von fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich, Basel: Schwabe, S. 25–33.
- Schmidt, Jan, 2006: Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie, Konstanz: UVK Verlag.
- Schmidt, Siegfried J., 2005: Zur Grundlegung einer Medienkritik, in: *Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik*, hg. von Gerd Hallenberger / Jörg-Uwe Nieland, Köln: Halem, S. 21–40.
- Schönherr, Katja, 2008: Medienwatchblogs als Form journalistischer Qualitätskontrolle, in: *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web*, hg. von Ansgar Zerfass / Martin Welker / Jan Schmidt, Köln: Halem, Bd. 2, S. 116–133.
- Schweizer Presserat, 2012: Jahresbericht 2011 des Schweizer Presserates, in: *Jahrheft 2012 des Schweizer Presserates*, S. 8–17. Abgerufen unter: [www.presserat.ch/Documents/Jahrheft\\_2012.pdf](http://www.presserat.ch/Documents/Jahrheft_2012.pdf) (Zugriff 30.6.2012).
- Sieber, David, 2011: Der Gang nach Canossa. Abgerufen unter: [www.suedostschweiz.ch/community/blogs/der-gang-nach-canossa](http://www.suedostschweiz.ch/community/blogs/der-gang-nach-canossa) (Zugriff 30.6.2012).
- SPK Staatspolitische Kommission des Nationalrats, 2012: Medien sollen ihre demokratiepolitischen Aufgaben besser erfüllen können, Medienmitteilung SPK-N. Abgerufen unter: [www.Parlament.ch/d/mm/2012/Seiten/mm-spk-n-2012-01-20.aspx](http://www.Parlament.ch/d/mm/2012/Seiten/mm-spk-n-2012-01-20.aspx) (Zugriff: 30.6.2012).
- Straub, Constanze / Schönhagen, Philomen, 2007: Wandel nach der Krise? Tendenzen im Schweizer Medienjournalismus, in: *Medienheft vom 21.5.2007*, S. 1–6.
- Stulz, Stefan, 2012: Herzlich willkommen, in: *medienkritisch aus Sicht von Konsumenten. Projekt*. Abgerufen unter: [www.medienkritisch.ch/herzlich-willkommen/](http://www.medienkritisch.ch/herzlich-willkommen/) (Zugriff: 30.6.2012).
- Sutter, Tilmann, 2010: Medienanalyse und Medienkritik. Forschungsfelder einer konstruktivistischen Soziologie der Medien, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Walser, Rahel, 2012: Medienkritik in der Schweiz – ein Mauerblümchen, in: *Schweizer Radio DRS, Kontexte*. Abgerufen unter: [www.drs.ch/www/de/drs/sendungen/kontext/5005.sh10207413.html](http://www.drs.ch/www/de/drs/sendungen/kontext/5005.sh10207413.html) (Zugriff: 10.1.2012).
- Weiss, Ralph (Hg.), 2005: Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten, Berlin: Vistas.
- Wessler, Hartmut, 1997: Der «befremdete» Blick auf das Selbstverständliche. Wann ist Medienkritik kritisch?, in: *Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft*, hg. von Hartmut Wessler / Christiane Matzen / Otfried Jarren / Uwe Hasebrink, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 15–26.
- Wied, Kristina / Schmidt, Jan, 2008: Weblogs und Qualitätssicherung. Zu Potenzialen weblogbasierter Kritik, in: *Journalismus online – Partizipation oder Profession?*, hg. von Thorsten Quandt / Wolfgang Schweiger, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 173–192.
- Wyss, Vinzenz, 2007: Der Schweizer Presserat im Urteil der Journalisten, in: *Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik* 19(1), S. 6–13.
- Wyss, Vinzenz, 2009: Das Publikum des Journalismus, in: *Medienrealitäten*, hg. von Daniel Süss / Urs Dahinden, Konstanz: UVK, S. 131–142.
- Wyss, Vinzenz, 2011: Cassandra lässt grüssen, *Neue Zürcher Zeitung* vom 26.4.2011, Nr. 96, S. 44.



Das Signet des 1488 gegründeten Druck- und Verlagshauses Schwabe reicht zurück in die Anfänge der Buchdruckerkunst und stammt aus dem Umkreis von Hans Holbein. Es ist die Druckermarke der Petri; sie illustriert die Bibelstelle Jeremia 23,29: «Ist nicht mein Wort wie Feuer, spricht der Herr, und wie ein Hammer, der Felsen zerschmettert?»

**((UG3 – Platzhalter / Werbung))**

**((UG4 – Platzhalter / Werbung))**