

Petra Werner, Lars Rinsdorf, Thomas Pleil,
Klaus-Dieter Altmeppen (Hrsg.)

Verantwortung – Gerechtigkeit – Öffentlichkeit

Normative Perspektiven
auf Kommunikation

Petra Werner
Lars Rinsdorf
Thomas Pleil
Klaus-Dieter Altmeyden (Hg.)

Verantwortung – Gerechtigkeit – Öffentlichkeit

Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Band 43

Petra Werner
Lars Rinsdorf
Thomas Pleil
Klaus-Dieter Altmeyen (Hg.)

**Verantwortung –
Gerechtigkeit –
Öffentlichkeit**

Normative Perspektiven
auf Kommunikation

HERBERT VON HALEM VERLAG

Dieser Band geht zurück auf die Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) 2015 in Darmstadt.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Petra Werner / Lars Rinsdorf / Thomas Pleil / Klaus-Dieter Altmeyen (Hrsg.)
Verantwortung – Gerechtigkeit – Öffentlichkeit.
Normative Perspektiven auf Kommunikation
Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft, Band 43
Köln: Halem, 2017

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2017 Herbert von Halem Verlag, Köln

Zuerst erschienen im UVK Verlag, Konstanz, 2016 (978-3-86764-652-9)

ISSN 1433-7665

978-3-7445-1050-9 (Print)
978-3-7445-1052-3 (ePDF)

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Schanzenstr. 22, 51063 Köln
Tel.: +49(0)221-92 58 29 0
E-Mail: info@halem-verlag.de
URL: <http://www.halem-verlag.de>

Inhalt

Einführung

<i>Petra Werner, Lars Rinsdorf, Thomas Pleil und Klaus-Dieter Altmeyen</i>	
Verantwortung – Gerechtigkeit – Öffentlichkeit	9

Teil 1 Qualität und politische Diskurse

<i>Ralph Weiß, Melanie Magin, Uwe Hasebrink, Olaf Jandura, Josef Seethaler und Birgit Stark</i>	
Publizistische Qualität im medialen Wandel – eine normativ begründete Standortbestimmung	27
<i>Sven Engesser und Michael Brüggemann</i>	
Falsche Ausgewogenheit? Eine journalistische Berufsnorm auf dem Prüfstand	51
<i>Dennis Friß und Christiane Eilders</i>	
Deliberation: zwischen normativer Theorie und empirischen Zugängen. Ein forschungsleitendes Modell	65
<i>Philipp Weichselbaum</i>	
Durchsetzungsformen politikjournalistischer Macht	79
<i>Michael Hallermayer</i>	
Selbstverständnis, Arbeitsweisen und normative Konflikte der Schülerpresse	93

Teil 2 Verantwortungsvolle Berichterstattung

Christian Strippel

„Rettungsfolter“ in der Diskussion: Ein Vergleich der öffentlichen und juristischen Kommunikation über Rechtsfragen 109

Lars Guenther und Georg Rubrmann

Zukunftstechnologien und Medien – Wie (in)transparent kommunizieren Journalisten wissenschaftliche Ungesicherheit? 125

Martin Krieg, Franziska Pröll und Melanie Magin

Verräter, Held, Familienmensch – mediale Wertevermittlung am Beispiel der Gedenktagberichterstattung über das Hitler-Attentat vom 20. Juli 1944. Eine Langzeitanalyse (1954–2014) 137

Christiana Schallhorn und Anne Hempel

Coming-Out im Profifußball = Eigentor? 157

Elke Grittmann und Tanja Maier

Gerechtigkeit und Anerkennung durch Bilder. Eine ethische Perspektive auf visuelle Kommunikation in den Medien 171

Teil 3 Nutzung politischer Inhalte

Josephine B. Schmitt

Lernen aus Überzeugung. Die Bedeutung von subjektiver Medienqualität und Selbstwirksamkeit für das politische Wissen 185

Patricia Müller

Illusion of Knowing durch Social Network Sites? SNS und tatsächliches und wahrgenommenes politisches Wissen 195

<i>Ines Engelmann und Manuel Wendelin</i> Koorientierung der Nutzer auf News-Websites?	213
---	-----

Teil 4 Gerechtigkeit in einer mediatisierten Gesellschaft

<i>Isabel Winkler</i> Gesellschaftliche Verantwortung von Medienunternehmen: Selbstbild und Fremdwahrnehmung in der öffentlichen Kommunikation	227
---	-----

<i>Marlen Bartsch</i> Gleichberechtigung kultureller Werte durch EU-Rundfunkquoten? Ein deutsch-französischer Vergleich	241
---	-----

<i>Teresa K. Naab</i> Soziale Kontrolle durch LaienkommunikatorInnen in sozialen Medien	259
---	-----

Teil 5 Medienregulierung und Medienverantwortung

<i>Caroline Roth-Ebner</i> Digitale Medien als Werkzeuge des effizienten Menschen	273
--	-----

<i>Nina Köberer und Marc Sehr</i> Solidarität in der digitalen Gesellschaft	285
--	-----

<i>Thilo Hagendorff</i> Vertrauen und Solidarität im Kontext digitaler Medien	297
--	-----

<i>Peter Schumacher</i> Gerechtigkeit durch Kommunikation: Normativität in der indigenen <i>comunicación propia</i> in Cauca, Kolumbien	307
---	-----

**Teil 6 Verantwortung in PR
und Organisationskommunikation**

Anne Linke und Stefan Jarolimek

Interdependente Moralen.

Verantwortungsrelationen zwischen Kommunikator und Rezipient, zwischen Individuum, Organisation und Gesellschaft 321

Ulrike Röttger

Strategische Kommunikation als Agent der Befähigung? 337

Jens Seiffert-Brockmann

Öffentliches Vertrauen als Mechanismus zur Beobachtung von Vertrauenswürdigkeit 353

Teil 7 Verantwortung in der Kommunikationswissenschaft

*Claudia Riesmeyer, Arne Freya Zillich, Stephanie Geise,
Ulrike Klinger, Kathrin Friedrike Müller, Cordula Nitsch,
Liane Rothenberger und Annika Sehl*

Werte normen, Normen werten.

Theoretische und methodische Herausforderungen ihrer Analyse 373

*Katrin Döveling, Denise Sommer, Nicole Podschuweit,
Stephanie Geise und Thomas Roessing*

Kommunikationswissenschaftliche Forschungsethik im internationalen und interdisziplinären Vergleich 395

Autorinnen und Autoren 421

Verantwortung – Gerechtigkeit – Öffentlichkeit

*Petra Werner, Lars Rinsdorf,
Thomas Pleil und Klaus-Dieter Altmeyden*

1 Zu diesem Band: Entstehung und Hintergrund

Dieser Band versammelt einen Querschnitt der Beiträge zur Jahrestagung 2015 der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Unter dem Titel „Verantwortung – Gerechtigkeit – Öffentlichkeit“ diskutierten vom 13. bis 15. Mai 2015 KommunikationswissenschaftlerInnen und -praktikerInnen in Darmstadt über normative Aspekte der Produktion und Rezeption von Medieninhalten einerseits und der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit diesem Forschungsfeld andererseits.

Bei der Konzeption der Tagung war noch nicht abzusehen, welch breites Spektrum an Ereignissen des Jahres 2015 die Aktualität unseres Ansinnens untermauern würde, vermeintliche Neutralitätspostulate sowohl im Hinblick auf den Journalismus als auch auf die Kommunikationswissenschaft zu hinterfragen und den Blick auf die Verantwortung und Haltung von Medienschaffenden, (Medien-)Unternehmen, Publikum und Forschenden zu richten. Man denke an Ereignisse wie den Betrugsskandal bei Volkswagen, den Beinahe-Kollaps der griechischen Staatsfinanzen oder die alles dominierende „Flüchtlingskrise“, deren Dynamiken wesentlich von Medienhandeln und auf Medien bezogenes Handeln geprägt wurden und werden.

Gerade am Beispiel der „Flüchtlingskrise“ wird die veränderte Ausgangssituation in der Trias von Verantwortung, Gerechtigkeit und Öffentlichkeit

deutlich, der wir in einer digitalisierten (Medien-)Welt gegenüberstehen. Selbstverständlich beobachten wir nach wie vor den Einfluss der großen Nachrichten-Networks, die eine aktuelle Entwicklung als „Krise“ definieren, dann die Wendungen der „Krise“ im Minutentakt protokollieren und in Reportagen und politischen Talkrunden deuten – ebenso wie die medienbezogene Symbolpolitik etwa in Form sorgfältig inszenierter Besuche von Flüchtlingsunterkünften.

Ebenso offensichtlich sind aber neue Phänomene, die diese tradierte massenmediale Dynamik ergänzen und ersetzen: Da wären Redaktionen, die vor der Flut von Hasskommentaren auf ihren Facebook-Seiten und Kommentarspalten beinahe hilflos mit Abschalten reagieren. Aber auch Medien, die „besorgte Bürger“ dezidiert in ihre Schranken weisen, und damit das alte Hajo-Friedrichs-Diktum, man mache sich als Journalist keine Sache zu eigen, auch keine gute, ad acta legen. Sie lenken damit den Blick auf die meinungsbildende Komponente von Journalismus, die es seit dessen Entstehung gegeben hat, die aber von der professionellen Norm des *objective reportings* überlagert wurde.

Eben jene Posts sind oft auch Ausdruck der und Beitrag zur Diskreditierung etablierter Medien zu einer sogenannten „Lügenpresse“, die sich nach dem Eindruck sogenannter besorgter Bürger der Stützung eines fragwürdigen politischen Systems verschrieben habe. Diese Logik muss man nicht teilen, um sie als Symptom eines Vertrauensverlusts bei Teilen des Publikums zu deuten und nach den Ursachen dafür aufseiten von Journalismus und Medienunternehmen zu fragen.

In diesem Zusammenhang zeigt sich auch der Bedeutungsverlust etablierter Medienunternehmen, denen es im Vergleich zu den großen Ökosystemen der digitalen Wirtschaft immer seltener zu gelingen scheint, mediale Arenen strategisch zu institutionalisieren – relevante Fragen der Meinungsbildung klärt die Kanzlerin nicht mehr beim BDZV-Kongress, sondern beim Dinner mit Mark Zuckerberg am Rande der UN-Vollversammlung. In verantwortliches Handeln schlagen diese Ausdrücke symbolischer Politik aber nicht um. Immer noch löscht Facebook sexualisierte Posts sehr viel schneller (auch wenn sie ironisch oder polemisch gemeint sind) als rassistische Posts. Da wird nicht nur die ganze Ohnmacht nationaler Medienpolitik und Regulierungsinstanzen sichtbar, die in den neuen Medienarenen mit Sprechern wie Facebook, Google und Amazon keine Meritorik mehr gestalten können.

Es zeigt sich auch, wie schwierig es ist, über kulturelle und nationale Grenzen hinweg einen Konsens darüber zu erzielen, was Mindeststandards verantwortlicher Kommunikation sind.

Diese Aufzählung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Man könnte sie wohl auch nicht ganz unbegründet als anekdotisch bezeichnen. Sie steckt aber gleichwohl das Spannungsfeld ab, in dem sich Medienakteure bewegen und das die Kommunikationswissenschaft mit Blick auf dessen gesellschaftliche Konsequenzen reflektieren muss, kann und darf. Genau dies war die Intention hinter der Jahrestagung. Es ging dabei explizit nicht um die Neuvermessung der Medienethik. Dementsprechend ist auch dieser Band nicht als einschlägiges Grundlagenwerk konzipiert, hier haben schon andere KollegInnen wertvolle Beiträge geleistet (wie etwa in dem von Marlis Prinzing, Matthias Rath, Christian Schicha und Ingrid Stapf herausgegebenen Band „Neuvermessung der Medienethik“, der 2015 bei Juventa in Weinheim erschienen ist). Für uns stand vielmehr im Mittelpunkt, Forschende aus allen Teilbereichen der Kommunikationswissenschaft zu ermuntern, Fragen der Verantwortung und Gerechtigkeit aus ihrem spezifischen Blickwinkel zu stellen und zu beantworten.

Und so spiegelt der vorliegende Band die Aspekte von Verantwortung wider, die im Fach relevant erscheinen, wofür Einreichungen und Review-Entscheidungen als sicherlich diskussionswürdige, aber gleichwohl aussagekräftige Indikatoren zu sehen sind. Das Ergebnis ist eine Mischung aus theoretischen Grundsatzbeiträgen und empirischen Arbeiten, die vor allem zeigen, wie vielfältig die gesellschaftlichen Bezüge von Medienhandeln sind, wie vielschichtig die moralischen Implikationen ausfallen und wie herausfordernd eine angemessene wissenschaftliche Auseinandersetzung sein kann. Neben interessanten Detailbefunden finden sich daher auch Debattenbeiträge, Lösungsvorschläge und Hinweise auf Desiderata, die der kommunikationswissenschaftlichen Forschung wertvolle Impulse geben können.

Als KuratorInnen dieser wissenschaftlichen Debatte haben wir uns darauf konzentriert, die Beiträge zu thematischen Clustern zu bündeln und so den LeserInnen den Zugriff auf die Ergebnisse zu erleichtern. Innerhalb dieser Cluster präsentiert der Band zunächst eher grundsätzlich orientierte Beiträge, vor deren Folie dann die Beiträge gelesen werden können, die im Anschluss daran auf spezifischere Fragen eingehen und/oder empirische Befunde diskutieren.

Die Cluster Grenzen sind dabei stets unscharf, und auch die Einreichungsdynamik einer Jahrestagung ist kein unfehlbarer Gradmesser für die Vielfalt einer wissenschaftlichen Debatte. Gleichwohl zeichnet sich an Art und Umfang der Themenfelder schlaglichtartig ab, wo die Kommunikationswissenschaft gesellschaftliche Verantwortung verortet. Ebenso können aber auch die Leerstellen, die der Band enthält, Anstoß zum Nachdenken darüber geben, warum diese existieren und wie sie zu füllen sind.

2 Zu den Beiträgen

Wenn von der gesellschaftlichen Verantwortung von Medien die Rede ist, dann geht es nach wie vor auch um eine der zentralen Aufgaben, die dem Mediensystem in pluralistischen Demokratien zugeschrieben wird: Was tragen Medien zu gelingenden politischen Diskursen bei, in denen Probleme definiert und verhandelt werden? Und welche Ansprüche an die Qualität journalistischer Produkte lassen sich aus dieser Aufgabe ableiten?

Dieser Frage widmen sich insgesamt fünf Beiträge im ersten Teil „Qualität und politische Diskurse“. *Ralph Weiß, Melanie Magin, Uwe Hasebrink, Olaf Jandura, Josef Seethaler* und *Birgit Stark* eröffnen diesen Teil mit ihrem Beitrag „Publizistische Qualität im medialen Wandel – eine normativ begründete Standortbestimmung“. Sie konstatieren aufgrund der Digitalisierung einen tiefgreifenden Wandel mit krisenhaften Symptomen für etablierte (Print-) Medien und plädieren für eine Vergewisserung der Aufgaben des Journalismus unter diesen Rahmenbedingungen. Dazu leiten sie zunächst einen Kernbestand von Qualitätsstandards demokratietheoretisch ab. Dann fragen sie danach, in welchem Verhältnis diese Standards zur Perspektive des Publikums stehen bzw. unter welchen Rahmenbedingungen sie erfolgreich etabliert werden können, um anschließend auf der methodischen Ebene zu diskutieren, wie all das angemessen empirisch untersucht werden kann. Ihr Fazit: Vor allem (international) vergleichende Studien und Mehrebenen-Analysen versprechen hier den größten Erkenntnisgewinn.

Nach diesem breit angelegten Einstieg gehen *Sven Engesser* und *Michael Brüggemann* ins Detail: Sie stellen mit der Ausgewogenheit eine Berufsnorm auf den Prüfstand, die sich über Jahrzehnte fest im Kanon journalistischer Qualitätsansprüche etabliert hat. Zunächst bündeln sie die Kritik an dieser Berufsnorm, wie etwa die starke Fokussierung auf eine Demokratie, die von

zwei ähnlich großen Lagern dominiert wird. Entlang von Fallbeispielen (Politik, Klimawandel sowie Impfungen und Autismus) zeichnen sie anschließend nach, wie unzureichend das auf Proportionalität angelegte Fairness-Verständnis in gesellschaftlichen Debatten ist, die von einer heterogenen Akteurskonstellation mit unterschiedlichen Thematisierungsstrategien und -möglichkeiten geprägt werden. Mit der proportionalen Gewichtung, Evidenzbasierung und transparenten Begründung stellen sie schließlich Alternativen zur Gleichgewichtung vor, die je nach Themenfeld die Rahmenbedingungen für gelingende gesellschaftliche Diskurse besser abbilden als der Anspruch nach Ausgewogenheit.

Theoretische und methodische Überlegungen kombinieren *Dennis Frieß* und *Christiane Eilders*. Sie widmen sich dem Spezialfall von Debatten auf digitalen Plattformen. In ihrem forschungsleitenden Modell zur Analyse von Online-Diskussionen verbinden sie normative Theorie und empirische Diskursanalyse. Angesichts der Hoffnungen, die in das Web als Treiber deliberativer Prozesse gesteckt wurden, rücken sie dabei zunächst den Begriff der Deliberation und der deliberativen Demokratietheorie in den Mittelpunkt ihrer Überlegungen – mit dem Argument, die normativen Annahmen nicht von vornherein als kontrafaktisch zu deklarieren, sondern als empirisch zu überprüfende Bedingungen zu definieren. Daraus entwickeln sie anschließend ein Modell für empirische Analysen, das an die Trias von institutionellem Input, kommunikativem Throughput und produktivem Outcome anknüpft und diese mit einer Reihe spezifischer und theoretisch begründeter Designelemente unterfüttert.

Betonen die ersten Beiträge dieses Clusters mehr oder weniger explizit die bedeutsame Rolle der Medien im Allgemeinen und des Journalismus im Besonderen als Garanten für einen möglichst unvermachteten Diskurs, dreht *Philipp Weichselbaum* in seinem Gedankenexperiment den Spieß um: Er setzt sich mit Durchsetzungsformen politikjournalistischer Macht auseinander, genauer gesagt damit, unter welchen Rahmenbedingungen politische JournalistInnen Macht auf PolitikerInnen ausüben und so politische Entscheidungen beeinflussen können. Weichselbaum verortet diese Frage explizit auf der Akteursebene und diskutiert anknüpfend an Heinrich Popitz' Machttheorie, inwieweit und in welcher Weise JournalistInnen Macht in den Dimensionen Gewalt, Drohung, Autorität und technisches Handeln ausüben könnten.

Damit gehört der Text sicher zu den Beiträgen, die Debatten anstoßen werden, aber genau dies ist ein Ziel dieses Bandes.

Während Weichselbaums Gedankenexperiment eher auf die Alpha-Tiere in den Teppichetagen etablierter Medienunternehmen zielt, beschäftigt sich *Michael Hallermayer* mit dem anderen Ende der Karriereleiter, nämlich den Schülerzeitungen, aus denen der professionelle Journalismus einen Teil seines Nachwuchses rekrutiert. In seinem historischen Aufriss zur Entwicklung der Schülerpresse zeichnet er zunächst nach, wie stark Selbstverständnis, Arbeitsweisen und normative Konflikte der Schülerpresse seit jeher von den politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen geprägt wurden. Aus den Befunden einer qualitativen Studie zum aktuellen Stand in den Schülerredaktionen wird aber gleichzeitig deutlich, dass das redaktionelle Selbstverständnis als kritischer Begleiter schulischer Ereignisse nach wie vor eine hohe Bedeutung zu haben scheint, es aber selten gelingt, dieses Selbstverständnis so zu institutionalisieren, dass es die redaktionelle Arbeit nachhaltig prägt – zumal für manche/n DirektorIn die Pressefreiheit schnell an Wert zu verlieren scheint, sobald es um Missstände an der eigenen Schule geht.

Während es im ersten Teil vor allem um den grundsätzlichen Beitrag des Journalismus zum Gelingen von Diskursen geht und um professionelle Normen, die sich aus dieser Funktion ableiten lassen, bündelt der zweite Teil des Bandes unter dem Titel „Verantwortungsvolle Berichterstattung“ Texte, die sich mit verantwortungsvoller Berichterstattung entlang unterschiedlicher Fallbeispiele auseinandersetzen: Inwieweit sind, salopp formuliert, Redaktionen in der Lage, die Kraft professioneller Normen auch tatsächlich auf die Straße zu bringen?

Christian Strippel geht dabei am Beispiel der Diskussion über die sogenannte Rettungsfolter den Interdependenzen zwischen der allgemeinen Öffentlichkeit und Fachöffentlichkeiten nach. Werden in der allgemeinen Öffentlichkeit Streitfragen wie das Recht von Ermittlern, möglicherweise lebensrettende Informationen von Verdächtigen mit Gewaltandrohungen zu bekommen, verhandelt, befassen sich Fachöffentlichkeiten – in diesem Fall die juristische – mit der Entscheidung im Einzelfall. Hier ist ebenso relevant, welche Argumente von den Massenmedien für öffentliche Rechtsdiskussionen bereitgestellt, welche Norm- und Moralvorstellungen dadurch aktualisiert werden und welche Besonderheiten die journalistische Bearbeitung von Rechtsfragen aufweist. Ein zentraler Befund seiner Analyse ist, dass in Medi-

en- und Fachöffentlichkeit ähnliche Argumente verwendet, aber sehr unterschiedlich bewertet werden.

Lars Guenther und *Georg Ruhrmann* lenken ihren Blick auf normative Aspekte der Wissenschaft und verorten diese vor allem in der transparenten Berichterstattung über wissenschaftliche Ergebnisse, die sich vor allem am Grad der Gesicherheit bzw. Ungesicherheit empirischer Befunde festmacht. In ihrer Inhaltsanalyse wissenschaftsjournalistischer Berichterstattung über beispielhafte Themenfelder wie etwa die Nanotechnologie gehen sie auf die Gründe dafür ein, in welchem Umfang und in welcher Richtung wissenschaftliche Evidenz in der Berichterstattung eine Rolle spielt. Hier zeichnet sich einerseits ab, dass die Thematisierung von (Un-)Gesicherheit davon abhängt, ob Redaktionen chancen- oder risikoorientiert über neue Technologien berichten, vor allem aber auch vom Publikumsbild der Medienschaffenden: Wer Laien nicht überfordern will, setzt Ergebnisse implizit als gesichert voraus. Wer dagegen seinen NutzerInnen zutraut, wissenschaftliche Befunde zu bewerten, scheint auch eher die Evidenz der Ergebnisse zu thematisieren.

Nicht um normative Ansprüche an journalistische Medien, sondern um Wertevermittlung durch Medien geht es *Martin Krieg*, *Franziska Pröll* und *Melanie Magin*. Den AutorInnen bot sich die seltene Gelegenheit, am Beispiel der Gedenktagsberichterstattung über das Hitler-Attentat vom 20. Juli 1944 die Auswirkungen der Medienberichterstattung auf Wertvorstellungen aus einer diachronen Perspektive nachzuzeichnen. Sie haben für den Zeitraum zwischen 1954 und 2014 alle zehn Jahre den Tenor der Berichterstattung rund um die Gedenktage an Stauffenbergs gescheiterten Bombenanschlag mit den Einstellungen der Bevölkerung zum Thema verglichen. Die Erkenntnisse solch einer Analyse müssen fast zwangsläufig schlaglichtartig bleiben, aber dennoch deutet sich an, dass es einen erkennbaren Einfluss der Berichterstattung auf die Wahrnehmung historischer Ereignisse zu geben scheint: Zumindest folgt die Wahrnehmung und Bewertung der Attentäter in Medien und Bevölkerung einem ähnlichen Wandel, wobei es Medien vor allem zu gelingen scheint, kurzfristig den allgemeinen Wissenstand über ein historisches Ereignis zu verbessern.

Um den Einfluss von Medien auf Normen und Moralvorstellungen geht es auch im Beitrag von *Christiana Schallhorn* und *Anne Hempel*. Sie haben das Medienecho auf eines der spektakulären Coming-Outs der vergangenen Jahre untersucht, nämlich das des ehemaligen Fußball-Profis und Nationalspielers

Thomas Hitzlsperger. Sie konstatieren einen hohen Einfluss von Profisportlern als besondere Vorbilder auf gesellschaftliche Vorstellungen und zeichnen entlang des prominenten Beispiels vor dem Hintergrund des Konzepts der Hegemonic Masculinity nach, inwieweit heteronormative Sichtweisen nicht nur den deutschen Fußball als mit Abstand öffentlichkeitswirksamste Sportart in Deutschland prägen, sondern auch die Reflexion des Ereignisses in etablierten Medien wie etwa der ZEIT, der F.A.Z. oder der Süddeutschen Zeitung. Ihre qualitative Inhaltsanalyse gibt Einblicke darin, wie schwer sich auf den zweiten Blick auch kritische SportjournalistInnen mit einem angemessenen Umgang mit Homosexualität tun.

In ihrem Beitrag zur Anerkennung durch Bilder fokussieren *Elke Grittmann* und *Tanja Maier* schließlich auf ethische Aspekte der visuellen Berichterstattung. Sie analysieren Geschlechterrepräsentationen explizit bezogen auf Geschlechterbilder und versuchen damit, eine theoretische und konzeptionelle Lücke in der Geschlechterforschung zu schließen. Ihr Vorschlag zielt darauf ab, visuelle Geschlechterrepräsentationen theoretisch zu begründen und systematisch zu analysieren. Sie greifen dabei auf den Begriff der Anerkennung zurück, um eine medienethische Perspektive auf Geschlechterbilder zu eröffnen. Aus dieser Perspektive lehnen sie es ab, einen Normkatalog ethisch guter Bilder zu entwickeln, sondern regen stattdessen an, entlang des Anerkennungsbegriffs professionelle Normen zu reflektieren.

Wie von *Weiß et al.* im ersten Beitrag dieses Bandes eingefordert, nehmen die AutorInnen des dritten Teils „Nutzung politischer Inhalte“ bei der Diskussion über politische und gesellschaftliche Diskurse das Publikum in den Blick und untersuchen spezifisch die Nutzung politischer Inhalte. So geht *Josephine B. Schmitt* dem Zusammenspiel von subjektiv empfundener Medienqualität, Selbstwirksamkeit und dem Lernerfolg aus der Nutzung politischer Inhalte nach. Sie entwickelt aus Ergebnissen der einschlägigen medien- und lernpsychologischen Forschung ein empirisches Modell, das die Zusammenhänge von objektiver Medienqualität, subjektiver Medienqualität, Selbstwirksamkeit und politischem Wissen spezifiziert. Dabei unterstreicht sie die bedeutende Rolle des Publikums für das Gelingen medial vermittelter Diskurse und bekräftigt den Anspruch an die Medienpädagogik, junge Menschen zu selbstbewussten NutzerInnen zu entwickeln.

Dass allerdings zwischen diesem Anspruch und dem realen Rezeptionshandeln mitunter deutliche Lücken klaffen, daran erinnert *Patricia Müller* in

ihrer Analyse zu den Unterschieden zwischen dem tatsächlichen und wahrgenommenen politischen Wissen von NutzerInnen. Just feeling being informed? Diese eher rhetorische Frage leitet einen Beitrag ein, in dem sie auf der Basis einer Online-Umfrage unter jungen Erwachsenen recht klar herausarbeitet, dass gerade Menschen, die politische Informationen vermittelt über soziale Online-Netzwerke rezipieren, ihr tatsächliches politisches Wissen mitunter deutlich überschätzen. Dieser Befund ist umso bemerkenswerter, als soziale Netzwerke gerade in jüngeren Kohorten als Nachrichtenkanal eine zunehmend wichtige Rolle spielen – selbst wenn nicht die hohe Messlatte eines „Informed Citizen“ an das Publikum angelegt wird, sondern nur die etwas mildere Variante des „Monitorial Citizen“.

Die neuen sozialen Dynamiken der Nachrichtennutzung in einer digitalisierten Medienumgebung greifen auch *Ines Engelmann* und *Manuel Wendelin* in einer Untersuchung auf, deren Kernergebnisse sie in diesem Band vorstellen. Sie stellen sich die Frage, wie sich Relevanzzuschreibungen von Nachrichten durch das Publikum ändern, wenn zu den professionellen Auswahlkriterien der Redaktionen, die sich in Umfang und Platzierung von Nachrichten niederschlagen, die Koorientierung an Selektionsentscheidungen anderer NutzerInnen hinzutritt, die auf Nachrichten-Websites durch unterschiedliche Web-Metriken sichtbar wird. In einem Experiment variieren die AutorInnen die Intensität bestimmter Nachrichtenfaktoren, das Thema und die Zahl der Kommentare. Ihr Fazit ist Balsam auf die geschundenen Seelen von Newsroom-Besatzungen: Von einer Koorientierung der Nutzer auf News-Websites sollte auf Basis dieser Befunde nur sehr eingeschränkt gesprochen werden.

Wenn man nach der gesellschaftlich wünschbaren Ausgestaltung einer Medienlandschaft fragt, fällt der Fokus zunächst völlig plausibel auf die Medienschaffenden und die NutzerInnen, die medial vermittelte Diskurse wesentlich mitgestalten. Ebenso berechtigt ist aber die Frage nach der Verantwortung von Medienunternehmen, deren Infrastruktur moderne Medienöffentlichkeiten erst ermöglicht, und den Möglichkeiten demokratischer Staaten, ein Mediensystem mit Blick auf das Gelingen öffentlicher Kommunikation durch Regulierung zu gestalten. Diesem Thema widmen sich die drei Beiträge des vierten Teils dieses Bandes unter dem Titel „Gerechtigkeit in einer mediatisierten Gesellschaft“.

Dabei geht *Isabel Winkler* zunächst den Diskrepanzen im Selbstbild von Medienunternehmen als Corporate Citizens und der Fremdwahrnehmung ihrer CSR-Aktivitäten in der öffentlichen Diskussion nach. Dazu analysiert sie die auf den Websites der fünf größten deutschen Medienunternehmen dokumentierten CSR-Aktivitäten vergleichend mit der Medienresonanz auf diese Aktivitäten. Als empirisches Modell greift sie dabei auf Verantwortungsrelationen zwischen Subjekt, Objekt und Adressaten von Verantwortung zurück. Ein bedenkenswertes Ergebnis dieser Analyse ist, dass die Unternehmen im Schwerpunkt die publizistische Leistung ihrer Redaktionen als Instrument ihrer CSR herausstellen und damit letztlich eine Selbstverständlichkeit betonen, die ihnen – wie etwa beim Tendenzschutz – besondere Freiheiten in ihrem unternehmerischen Handeln sichert. Inwieweit diese Betonung der journalistischen Aufgaben mit Investitionen in Redaktionen korrespondiert, steht auf einem anderen Blatt.

Inwieweit ist aber staatliche Regulierung in der Lage, politische Zielvorstellung in der Medienlandschaft umzusetzen? Die akribische Recherche von *Marlen Bartsch* zur Gleichberechtigung kultureller Werte durch EU-Rundfunkquoten in Deutschland und Frankreich dürfte eher Regulierungsskeptikern Auftrieb geben. Sie untersucht in umfangreichen Dokumentenanalysen und ExpertInneninterviews, inwieweit das Konzept fester Quoten für europäische Produktionen in TV-Programmen tatsächlich geeignet ist, kulturelle Werte zu sichern und zu fördern. Aufschlussreich ist hier nicht nur, wie unterschiedlich Frankreich und Deutschland die einschlägige EU-Richtlinie umsetzen, sondern auch, wie viel Spielraum den Sendern gerade in Deutschland bleibt, die Vorgaben zu erfüllen.

Wer dem Staat wenig zutraut bei der Gestaltung von Medienunternehmen, dessen Hoffnung ruht gerade in Bezug auf digitale Kanäle wie soziale Online-Netzwerke auf der Selbstorganisation der NutzerInnen. Ob es die Crowd dann aber wirklich richtet, hat *Teresa Naab* in ihrem theoretischen Beitrag zu Einflüssen auf die Bereitschaft zur Regulierung von Medieninhalten bei Facebook-NutzerInnen untersucht. Sie lenkt damit den Blick auf neue Felder medialer (Selbst-)Kontrolle, die sich aus der Rollenerweiterung von NutzerInnen zu ProduzentInnen ergeben. Auf diesen Feldern müssen Normen und Instrumente zu ihrer Durchsetzung neu ausgehandelt werden. Offen bleibe dabei, so ihr Fazit, welche Wertmaßstäbe Laienkommunika-

torInnen bei der Beurteilung der Inhalte anderer heranzögen und welchen Stellenwert sie dem Grundrecht auf Meinungsfreiheit zubilligten.

Kreisen die Beiträge der ersten Teile vor allem um Fragen nach verantwortungsvollem Handeln professioneller KommunikatorInnen und ProduzentInnen, setzen sich die Texte im fünften Teil „Medienregulierung und Medienverantwortung“ mit der Frage auseinander, wie Gerechtigkeit in einer mediatisierten Gesellschaft thematisiert, verhandelt oder gar durch Medien realisiert wird. Den Einstieg macht *Caroline Roth-Ebner*, die in einer breit angelegten qualitativen Studie mithilfe von Tagebüchern und Leitfadeninterviews untersucht hat, wie Beschäftigte aus der Wissensindustrie ein zentrales Element der Moderne, die Effizienz, in ihren mediatisierten Arbeitsumgebungen neu interpretieren. Sie stößt dabei auf sehr viele individuelle Praktiken, effizient zu arbeiten, aber auch auf Menschen, die mit den Herausforderungen, die dies mit sich bringt, weitgehend auf sich gestellt sind. Davon ausgehend spricht sie sich für eine Akzentuierung von Effizienz im Sinne einer *responsible efficiency* aus, die menschliches Wohlbefinden und die Schonung natürlicher Ressourcen miteinbezieht. Dies müsse eine gesellschaftliche Aufgabe sein.

Was aber können und müssen Menschen füreinander tun, um eine gerechtere Gesellschaft zu schaffen? Dies wird in modernen Gesellschaften seit langem unter dem Begriff der Solidarität verhandelt. *Nina Köberer* und *Marc Sebr* machen sich an die Aktualisierung des Solidaritätsbegriffs unter den Rahmenbedingungen einer mediatisierten Gesellschaft und gehen am Fallbeispiel US-amerikanischer Truppen im Kampfeinsatz der Frage nach, ob und wie man in sozialen Online-Netzwerken solidarisch sein kann bzw. welchen Stellenwert diese neuen Formen solidarischen Handelns haben. Sie haben dafür Nutzerkommentare zu YouTube-Videos des Militärs hermeneutisch analysiert und arbeiten heraus, dass durch die Netzkommunikation geprägte Formen von Solidarität meist zeitlich begrenzte und punktuelle Phänomene bleiben.

Auch *Thilo Hagendorff* greift solidarisches Handeln im Internet auf, thematisiert dabei aber vor allem Vertrauensbeziehungen als notwendige Bedingung für solidarisches Handeln und soziale Kohäsion. Er differenziert zwischen interpersonalen Vertrauensbeziehungen zwischen NutzerInnen einerseits und andererseits dem Systemvertrauen in die technische Infrastruktur des Webs bzw. in die Institutionen, die diese Infrastruktur bereitstellen und überwachen. Insbesondere auf der systemischen Ebene verortet er dabei

Vertrauensdefizite, die durch Sicherheitsmaßen ebenso ausgeglichen wie verstärkt werden. Seine Konsequenz daraus ist, über einen Paradigmenwechsel zumindest nachzudenken, der intelligentes Vertrauensmanagement durch intelligentes Misstrauensmanagement im Netz ersetzt.

Mit der Herstellung von Gerechtigkeit durch Kommunikation beschäftigt sich der Beitrag von *Peter Schumacher*, der als teilnehmender Beobachter am Beispiel indigener Gemeinschaften in Kolumbien zeigt, in welchem normativen Rahmen dort eigene Formen der Kommunikation (*comunicación propia*) tradiert und weiterentwickelt werden. Er geht dabei davon aus, dass die Aneignung von kommunikativen Ausdrucksmitteln eine zentrale Rolle für die Selbstbehauptung und Identitätsstiftung dieser Gemeinschaften spielt. In seinem Beispiel stützt er sich auf den Ansatz von Christians et al., *monitorial*, *facilitative*, *radical* und *collaborative journalism* zu unterscheiden. So kann er zeigen, dass sich die indigenen Kommunikatoren vor allem an gemeinschaftlichen Prozessen und traditionellen indigenen Autoritäten orientieren und sich westlich geprägte Ansätze des *Community Journalism* darauf nur eingeschränkt übertragen lassen. Damit stellt er noch einmal die Kulturgebundenheit normativer Ansprüche an Mediensysteme heraus.

Wer zu Beginn des 21. Jahrhunderts nach dem Verhältnis von Öffentlichkeit und Verantwortung fragt, kann Unternehmen und andere institutionelle Akteure kaum ausblenden. Mit Verantwortung in *Public Relations* und *Organisationskommunikation* beschäftigten sich denn auch drei Beiträge dieses Bandes im Teil „Verantwortung in PR und Organisationskommunikation“ aus sehr unterschiedlichen Perspektiven.

Zunächst werben *Anne Linke* und *Stefan Jarolimek* dafür, in der Wissenschaft nicht nur operative Fragen verantwortungsvoller Kommunikation mit Stakeholdern zu untersuchen, sondern stattdessen den Begriff der Verantwortung als Referenzrahmen dieser Forschung selbst stärker zu reflektieren. In ihrem Beitrag beschäftigen sie sich explizit mit unterschiedlichen Verantwortungsebenen von Individuum, Organisation und Gesellschaft, und damit, wie diese interagieren. Sie entwickeln auf dieser Basis einen medienethisch begründeten Referenzrahmen für die Verantwortungskommunikation von Unternehmen. In ihrem als heuristische Annäherung an Verantwortungskommunikation verstandenen Konzept interdependenter Moralen setzen sie sich vor allem mit den Überschneidungszonen zwischen den Normen- und Wertegefügen von Organisation, Individuum und Gesellschaft auseinander.

Auch *Ulrike Röttger* erkennt in der deutschsprachigen Forschung zu strategischer Kommunikation eine fehlende Auseinandersetzung mit einem ethischen Grundbegriff. Ihr geht es aber nicht um Verantwortung, sondern um Gerechtigkeit, und sie diskutiert, ob der vom Wirtschaftsnobelpreisträger Amartya Sen formulierte Capability Approach geeignet sein könnte, diese Lücke zumindest in Teilen zu schließen. Im Zentrum dieses Ansatzes steht die Befähigung der Menschen, ein in ihrem Sinne gut begründbares, „gutes Leben“ führen zu können. Inwieweit Kommunikationsmanagement Agent dieser Befähigung sein kann, hängt generell von der gesellschaftlichen Institutionalisierung des Befähigungsansatzes ab, konstatiert Röttger. Selbst wenn man diese als gegeben ansieht, bleiben Spannungsfelder bestehen. Diese werden im Beitrag diskutiert als Spannung zwischen radikal individualisierten Vorstellungen von guter Arbeit und Effizienzansprüchen, zwischen nötiger Beständigkeit der grundlegenden Werteordnung und erforderlicher Veränderung sowie zwischen Wohl und Willen der Individuen.

Die Bedeutung öffentlichen Vertrauens als Mechanismus zur Beobachtung von Vertrauenswürdigkeit steht im Zentrum der Überlegungen von *Jens Seiffert-Brockmann*. Er rüttelt dabei an den Grundfesten der von Günther Bentele und anderen entwickelten Theorie des öffentlichen Vertrauens, die, so Seiffert-Brockmann, der empirischen Überprüfung nicht in jedem Falle standhalte. Vor allem Vertrauenskrisen führten weit seltener zu existenziellen Krisen der betroffenen Organisationen als das im Rahmen der Theorie zu erwarten wäre, denn, so seine zentrale These, öffentliches Vertrauen ist nur unter ganz spezifischen Bedingungen soziales Vertrauen. Zwischen öffentlichem Vertrauen als der Beobachtung von Vertrauenswürdigkeit und Vertrauen als sozialem Mechanismus zur Reduktion von Komplexität verortet Seiffert-Brockmann eine erhebliche Operationalisierungsdiskrepanz. Diese theoretischen Überlegungen werden mit Daten aus dem Corporate Trust Index der Universität Leipzig unterlegt.

Es war ein Wunsch des Veranstalterteams der Jahrestagung in Darmstadt, normative Aspekte nicht nur auf der Gegenstandsebene medial vermittelter Kommunikation zu diskutieren, sondern auch bezogen auf die Kommunikationswissenschaft selbst. Dieser Wunsch ist in Erfüllung gegangen in Form zweier einschlägiger Panels, deren Kernergebnisse wir im letzten Teil des Tagungsbands unter dem Titel „Verantwortung in der Kommunikationswissenschaft“ dokumentieren.

Theoretische und methodische Herausforderungen der Analyse von Normen und Werten verhandelt der Beitrag von *Claudia Riesmeyer, Arne Freya Zillich, Stephanie Geise, Ulrike Klinger, Kathrin Friedrike Müller, Cordula Nitsch, Liane Rothenberger* und *Annika Sehl*. Dabei betonen die Autorinnen zunächst, wie wichtig es sei, das Missverständnis aufzulösen, nach dem empirische Kommunikationsforschung und Normativität ein Gegensatz seien. Vielmehr seien beide eng miteinander verwoben. Vor diesem Hintergrund diskutieren sie drei Herausforderungen, die die empirische Auseinandersetzung mit Normen und Werten prägen: erstens die vermeintlich einfache Abgrenzung von Normen und Werten als theoretischen Konstrukten. Diese Abgrenzung stelle sich vor allem deshalb als deutlich schwieriger heraus, weil Normen kulturgebunden und die Konstrukte daher erst in ihren konkreten Ausprägungen analysierbar seien. Zweitens die Definition entsprechender empirische Konstrukte als Bestandteile von Sollensvorstellungen, in denen eine Erwartung an eine Handlung zu Ansprüchen zusammengeführt wird. Drittens schließlich den Anspruch der Wissenschaft an sich selbst, den Theorie-Praxis-Transfer auch einzulösen, was am Beispiel des Journalismus und der Medienpädagogik veranschaulicht wird.

Herausforderungen kommunikationswissenschaftlicher Forschungsethik problematisieren schließlich *Katrin Döveling, Denise Sommer, Nicole Podschuweit, Stephanie Geise* und *Thomas Roessing* in ihrem Beitrag. Dabei diskutieren sie einerseits Defizite in der ethischen Reflexion etablierter kommunikationswissenschaftlicher Methoden und verweisen andererseits auf neue Felder kommunikationswissenschaftlicher Forschung. Diese seien im Zuge der Digitalisierung entstanden und erforderten neue empirische Zugriffe, deren normative Grenzen und Voraussetzungen neu verhandelt werden müssten. Entlang forschungsethisch besonders relevanter Methoden wie dem Experiment und der verdeckten Beobachtung umreißen die AutorInnen das Problemfeld, um dann im nationalen und internationalen Vergleich nach angemessenen Lösungen zu suchen. Sie plädieren nicht nur dafür, den fachinternen Diskurs über forschungsethische Fragen zu intensivieren, sondern ethische Ansprüche in Handlungsempfehlungen zu institutionalisieren, die gerade denjenigen ForscherInnen helfen könnten, die ethisch voraussetzungsvolle Methoden anwenden wollen oder müssen, um aussagekräftige Daten erheben zu können.

Die Beiträge der AutorInnen stringent in einem Tagungsband zu bündeln, bedarf umfangreicher redaktioneller Arbeit und eines sorgfältigen Lektorats. Das artet schnell in schlafraubende Arbeit aus. Die hat Birgit Pieplow übernommen, deren Beitrag zum Band die HerausgeberInnen mehr als zu schätzen wissen und für den wir ganz herzlich danken.

Insgesamt spiegelt der Tagungsband eine Debatte wider, die in dieser Form ohne die Unterstützung der Schader-Stiftung in Darmstadt nicht zustande gekommen wäre. Sie hat ihre Räume für uns geöffnet, für eine hervorragende Diskussionsatmosphäre gesorgt und vor allem mit hochkarätigen ReferentInnen aus der Praxis und innovativen Formaten die Tagung bereichert. Dafür gilt ihr ein besonderer Dank.

Köln, Stuttgart,
Darmstadt und Eichstätt
im Januar 2016

Petra Werner, Lars Rinsdorf,
Thomas Pleil und Klaus-Dieter Altmepfen

Teil 1

Qualität und politische Diskurse

Publizistische Qualität im medialen Wandel – eine normativ begründete Standortbestimmung

*Ralph Weiß, Melanie Magin, Uwe Hasebrink,
Olaf Jandura, Josef Seethaler und Birgit Stark*

1 Einleitung

Einer geläufigen Formel zufolge lässt sich auf die folgende Weise beschreiben, was die Gesellschaft vom Journalismus erwarten darf: Journalismus stellt Themen für die gesellschaftliche Anschlusskommunikation bereit. Er informiert dabei über das für alle relevante Geschehen in Politik und Gesellschaft. Damit schafft er Grundlagen für die freie Auseinandersetzung von Meinungen und Positionen und ist auf diese Weise für die Demokratie konstituierend. So in etwa sieht das Bild aus, das Kommunikationswissenschaft, Medienrecht und -politik und die Profession selbst annähernd übereinstimmend von den Leistungen des Journalismus zeichnen. Aber kann er sie noch erbringen, wie es das klassische Verständnis seiner öffentlichen Aufgabe meint?

Durch die Digitalisierung erwächst den traditionellen Medien neue, massive Konkurrenz im Kampf um Publikumsaufmerksamkeit und Werbegelder. Weil beide zunehmend ins Internet abwandern, schwinden die ökonomischen Ressourcen für klassischen, hochwertigen Journalismus, für den die Rezipienten aufgrund der Gratismentalität im Netz zudem immer weniger zu zahlen bereit sind. Der durchs Internet steigende Aktualitätsdruck beschnei-

det zugleich die Zeit für sorgfältige, umfassende Recherchen. Diese Entwicklungen schlagen sich in einigen Ländern, beispielsweise der Schweiz, bereits jetzt in einer sinkenden Qualität publizistischer Medienangebote nieder (fög 2014). Journalismus scheint sich in einer Umbruch- oder gar Krisenphase zu befinden (Jarren et al. 2012).

Krisenphasen nötigen zur Vergewisserung. Machen wir uns von den Leistungen des Journalismus noch einen angemessenen Begriff? Der folgende Beitrag will in mehreren Schritten zu einer solchen Vergewisserung beitragen: Den Anfang macht der Versuch, den Kernbestand an Standards für die Qualität journalistischer Leistungen demokratietheoretisch abzuleiten, auf deren Einlösung eine demokratische Gesellschaft angewiesen ist und die daher bei der Analyse der Performanz journalistischer Systeme nicht aufgegeben werden können. Abschnitt 2 diskutiert, in welchem Verhältnis ein solches Verständnis journalistischer Qualität zur Perspektive des Publikums steht. Abschnitt 3 setzt sich mit dem methodischen Problem auseinander, wie operationale Maßstäbe bestimmt werden können, anhand derer vermessen werden kann, wie gut die journalistischen Leistungen zu den maßgeblichen Prinzipien der Legitimierung, der Pluralität und der Partizipation beitragen. Abschnitt 4 diskutiert, wie die Rolle von Rahmenbedingungen für die Ausprägung journalistischer Qualität ermittelt werden kann, und plädiert für eine Verbindung der Qualitätsforschung mit der international vergleichenden Kommunikationsforschung. Auf diese Weise entstehen die Umriss eines Forschungsprogramms, das einer empirischen Standortbestimmung zur publizistischen Qualität zugrunde gelegt werden könnte.

2 Standards journalistischer Qualität

Mit dem Begriff der Öffentlichkeit verbindet sich die „wirkmächtigste Utopie der Menschheit: Die Idee, dass die freie öffentliche Kommunikation dem Menschen den ‚logos‘, also Vernunft, Sinn und eine entsprechende Gesellschaft ermöglicht“ (Imhof 2013: 9).

Welche Standards für publizistische Leistungen lassen sich aus den Wesensmerkmalen der Demokratie zwingend herleiten? Es gibt an solchen Ableitungen keinen Mangel, im Gegenteil. Strömbäck spricht gar von einer „Plethora“ (Strömbäck 2005: 333), einer geradezu verwirrenden Überfülle an Ansätzen und Modellen, die normative Standards demokratietheoretisch

begründen. Unterdessen liegt eine Reihe sehr lehrreicher Übersichten über öffentlichkeitstheoretische Modelle und die aus ihnen abgeleiteten Qualitätsdimensionen vor (Glasser 2009, Ferree et al. 2002, Jandura/Friedrich 2014, Strömbäck 2005). Demgegenüber geht es im Folgenden um den Versuch, aus der Vielfalt der Konzepte zu *Kernbestimmungen* zurückzufinden, für die sich zeigen lässt, dass sie für Demokratien notwendig und nicht nur wünschenswert sind.

Zu diesem Zweck machen wir uns eine Idee von Scott Althaus zu eigen. Er fordert eine geschlossene Begründungskette, die lückenlos erklärt, warum und wie Prinzipien der Demokratie durch empirische Befunde zu Medienleistungen berührt sind (Althaus 2012: 109). Einen geeigneten Ausgangspunkt bildet das Elementarprinzip der Demokratie, die Legitimierung. Denn in der Kategorie *Legitimierung* fließen alle wesentlichen Bestimmungen zusammen, die eine Demokratie ausmachen:

- die Repräsentation der politischen Bestrebungen im Volk für das Volk,
- die Grundrechte als Bezugspunkt und Maßstab für Legitimität,
- das Rechtsstaatsprinzip und damit die Gewaltenteilung als Voraussetzungen für Legitimität (Thränhardt 1992).

Das Prinzip der Legitimierung hat Sarcinelli auf eine kompakte Formel gebracht: „Politische Herrschaft in einer Demokratie ist zustimmungsabhängig und daher begründungspflichtig“ (Sarcinelli 1998: 253). Daraus lässt sich ein erster Schluss auf die Substanz öffentlicher Kommunikationsprozesse ziehen, die für eine Demokratie nötig ist: Der Grundsatz der Begründungspflicht verlangt, dass alles politische Entscheiden wahrnehmbar ist; am Journalismus liegt es, für die Sichtbarkeit der Macht zu sorgen. Mehr noch: Er muss durchsichtig machen, was politische Entscheidungen – bzw. umstrittene Entscheidungsoptionen – bedeuten, und zwar in zweierlei Hinsicht: für die heterogenen Interessen der Gesellschaftsmitglieder sowie für die pluralen politischen Grundhaltungen. Diese – in einem weiten Sinne verstandene – *Transparenz* der Politik bildet ein erstes Kriterium dafür, was im Raum öffentlicher Kommunikation *Relevanz* hat. Wie vollständig oder selektiv in der medienvermittelten öffentlichen Kommunikation für die Durchsichtigkeit politischen Handelns gesorgt wird, entscheidet über das Gelingen der Legitimierung.