

Susanne Fengler, Tobias Eberwein, Gianpietro Mazzoleni, Colin Porlezza, Stephan Russ-Mohl (Hg.): Journalists and Media Accountability: An International Study of News People in the Digital Age

New York: Peter Lang 2014 (Mass Communication and Journalism Vol.12), 313 S., ISBN 978-1-4331-2281-1, EUR 82,30

1762 Journalist_innen, 26 Fragen, 14 Länder: Das sind die Eckdaten der MediaAcT-Studie, die zwischen 2010 und 2013 von einem internationalen Forscherkonsortium durchgeführt wurde. MediaAcT steht für „Media Accountability and Transparency in Europe“. Koordiniert wurde die EU-finanzierte Studie von Susanne Fengler sowie dem Erich-Brost-Institut für internationalen Journalismus der TU Dortmund. Kernfragen waren: „What impact do journalists ascribe to press councils, ombudsmen, ethics codes, and the many new accountability instruments which have developed online? And thus – do existing structures of media accountability suffice, or do we urgently need new instruments and initiatives?“ (S.8).

Die beteiligten Forscher_innen befassen sich im vorliegenden Band in vier Sektionen mit Hintergrund und Methoden ihrer Erhebung, zeigen die wichtigsten Resultate auf und identifizieren externe Einflüsse auf Verantwortungsübernahmen im Mediensektor. Darüber hinaus stellen sie Perspektiven für Redaktionen, politische Entscheidungsträger_innen und Ausbilder_innen von Journalist_innen vor. MediaAcT erweitert bisherige Studien vergleichender Journalismusforschung um den besonderen Fokus der Medienverantwortung (vgl. S.65ff.).

Gewonnen wurden die Daten vor allem aus Online-Befragungen in zwölf europäischen und zwei arabischen Ländern: Tunesien und Jordanien stehen durch den Arabischen Frühling für Länder im Übergang, in denen sich medienethische Verantwortungen neu justieren (vgl. S.193ff.). So fühlen sich die Journalist_innen in Tunesien und Jordanien der Öffentlichkeit in höherem Maße verpflichtet als ihre europäischen Kolleg_innen. Ob dieses Vertrauen in das Publikum durch institutionalisierte Kritik (etwa durch Presseräte) erweitert wird, bleibt abzuwarten.

Die MediaAcT-Studie bietet einen guten Überblick über Instrumente institutioneller und nicht-institutioneller Medienkritik (vgl. u.a. S.31ff.), deren Akzeptanz je nach Alter der Journalist_innen, ihrem Geschlecht, ihrer Position (vgl. S.123, 143) sowie externen Faktoren wie beispielsweise politischer und ökonomischer Beeinflussung oder ihrer Verpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit (vgl. S.149ff.) variiert. Unterschiede zwischen den Ländern bestehen vor allem im Grad der Institutionalisierung von Medienkritik, etwa durch Presseräte und Ombudsmänner als älteste Organe (seit den 1950ern, vgl. S.44, 38), dem Aufkommen von Medienkritik als Bestandteil der Berichterstattung – oft im Zuge der Einführung

des privaten Rundfunks (vgl. S.36) – und Medien-Watchblogs, die von Journalist_innen und Nicht-Journalist_innen initiiert wurden (vgl. S.41). Auch die Besitzstrukturen beeinflussen journalistische Haltungen gegenüber Transparenz stark: Die Autor_innen haben dies vor allem in Italien festgestellt. Die meisten sind für die Veröffentlichung dieser Strukturen und ihrer politischen Verflechtungen zugleich. Ebenfalls glauben die befragten italienischen Journalist_innen, dass Druck durch Regierungen die journalistische Qualität schädigt (vgl. S.136).

Kritisch anzumerken sind die ungenauen Diagramme, in denen Ergebnisse dargestellt werden, sowie der stets gleiche Aufbau der Unterkapitel und die teilweise redundante Verortung der Studie. Die Untersuchung bietet ein breites Fundament für weitergehende Einzelanalysen und Fallstudien. Zu User_innen-Kommentaren, die auch als Regulativ journalistischer Praxis hervorgehoben werden (vgl. z.B. S.60f., 117ff., 126), ist anzumerken, dass es bislang kaum Studien über Motivation und Kenntnisse der Kommentator_innen gibt. Bezüglich Medienökonomie, Partizipation und Transparenz trägt der Einsatz von User_innen als ‚Faktenchecker‘ durchaus problematische Züge: Kosteneinsparungen in Redaktionen treffen oft zuerst das Korrektorat. Die Hilfe von User_innen als Korrektiv kann auch als nicht-bezahlte Arbeit begriffen werden, was wiederum ethische Fragen aufwirft. In dieser Hinsicht gehen die Autor_innen der Media-Act-Studie in ihren Interpretationen nicht weit genug. Auch könnte deut-

licher unterschieden werden, wie Formen der Medienkritik verknüpft sind, denn viele Bürger_innen wissen nichts von der Existenz und Funktionsweise der Presseräte oder nehmen die Mühe einer Einreichung nicht auf sich. Wie viele Kommentator_innen weisen überhaupt auf Tippfehler hin, recherchieren selbst oder treten als Expert_innen auf und machen dies zur Grundlage ihres journalismuskritischen Kommentars? Wie stark beziehen sich *Codes of Ethics* von Redaktionen auf vorhandene Pressekodizes, und wo weichen sie warum ab? Fragen dieser Art müssten auch für Wort-, Bild- und Videojournalismus spezifiziert werden: Pressekodizes sind oft textorientiert, was ihrem relativ hohen Alter geschuldet ist, in Zeiten der Visualisierung und des Digitalen aber aktualisiert werden müsste.

Positiv hervorzuheben ist die projektbegleitende Webseite der Media-Act-Studie: Die Forscher_innen teilen ihr Wissen nicht nur über die bekannte Buchform, sondern auch interaktiv. Mit einem umfangreichen und vielfältigen ‚Online Training Tool‘ sollen Ausbilder_innen von Journalist_innen unterstützt werden, Themen wie Pressefreiheit, Verantwortung von Medienschaffenden, die Funktion von Presseräten und Ombudsmännern, partizipative Formen der Medienkritik sowie Fallbeispiele aus verschiedenen Ländern in ihr Curriculum aufzunehmen (<http://www.mediaact.eu/training.html>). Dieser hochinteressante Sammelband kann nur der Anfang weiterer Forschung sein – gerade der vergleichende Ansatz ist in einer globalisierten Medienwelt wichtig, um Unterschiede

und Gemeinsamkeiten festzustellen und aus der Theorie in die Praxis zurückzuwirken. Umgekehrt sollten Forscher_innen die rapiden medialen Veränderungen sensibel aufgreifen und hinterfragen.

Evelyn Runge (Hildesheim)