

Bea Knecht

# Journalisten als «Sensemaker»

Journalisten und Medien bilden die «vierte Macht» im Staat: sie erfüllen eine Aufpasser-Funktion von ausserhalb. Darüber hinaus wirken sie ordnend auf unser Denken und Deuten – im Folgenden «Sensemaking» genannt – und dadurch wohlstandsfördernd. Dieser Aufsatz stiftet eine neue Sichtweise für das «Wieso» und «Was» einer Basisfinanzierung von Journalisten, Redaktionen und Titeln. Er beschäftigt sich nicht mit dem «Wie».

Les journalistes et les médias constituent le «quatrième pouvoir» de l'État: ils remplissent une fonction externe de surveillance. Ils remettent par ailleurs de l'ordre dans nos pensées et nos interprétations, un processus appelé ci-après «sensemaking» (construction de sens), et favorisent ainsi la prospérité. Le présent article apporte un nouveau regard sur les raisons et le contenu d'un financement de base des journalistes, des rédactions et des titres de presse. Il ne traite pas de la forme que doit prendre ce financement.

## Drei Thesen werden besprochen:

### These 1:

Je freier unsere «Sensemaking-Allmend» von Dogma, Zensur, Propaganda und Groupthink ist, desto besser funktioniert sie.

### These 2:

Sensemaking korreliert positiv mit einer gut gehenden Wirtschaft und ist womöglich kausal für das Wohlergehen eines Landes.

### These 3:

Wie wir Medien ordnen und finanzieren ist deshalb nicht egal. Journalisten üben eine Funktion, so grundlegend wie die der Lehrer und Ärzte aus.

## These 1: Je freier unsere «Sensemaking-Allmend» von Dogma, Zensur, Propaganda und Groupthink ist, desto besser funktioniert sie.

Kommt eine Krise, wenden wir uns an Journalisten, um zu verstehen: Welche gesundheitliche Gefahr geht von Covid aus? Wird die Ukraine an Russland fallen? Journalisten beantworten solche Fragen mittels Informationen von offiziellen und inoffiziellen Quellen. Journalisten wägen hierfür Informationsbrocken bezüglich ihrer Relevanz ab, trennen Sinn von Unsinn und leiten veredelte Werkstücke zur Prüfung und Publikation weiter.

Mittels Kommentarfunktion stimmen Leser zu oder wiegeln ab und ergänzen. Dann wiederholt sich der Zyklus. So erfahren wir alle – Journalisten wie auch Leser – von Veränderungen der Welt, können sie deuten und auch verstehen.

«Sensemaking» ist ein noch junger Zweig der Verhaltensforschung. Erste Publikationen erschienen in den frühen 90er Jahren.<sup>1</sup> Die Forschung konzentrierte sich zunächst auf

Organisationen und ihre Prozesse: beispielweise wie die Feuerwehr rasch entscheiden kann, wie ein Brand beschaffen ist und wie er am besten gelöscht werden kann. Sensemaking ermöglicht uns, zu verstehen, wie die Welt, so wie wir sie kannten, sich verändert haben mag.<sup>2</sup> Sensemaking erlaubt uns auch, Angst auf Distanz zu halten. Das ist wichtig, weil Angst zu Kurzschlussreaktionen führen kann und daher von populistischen Bewegungen gezielt geschürt wird.

Sensemaking umfasst Zyklen der Informationsverarbeitung, Kommunikation und Problemlösung.<sup>3</sup> Sensemaking kann auch als das Konstruieren von neuem Wissen und mentalen Prozessen, das Treffen von Entscheidungen und das Ableiten von Schlussfolgerungen verstanden werden.<sup>4</sup> Sensemaking schreibt Ereignissen eine Bedeutung zu.

Im Januar 2020 kamen frühe Warn-Signale aus Wuhan. Mit Ausnahme von Taiwan konnten die meisten Länder das Puzzle noch nicht zusammensetzen und sie wollten auch die Öffentlichkeit vom gemeinsamen Sensemaking fernhalten. Das war eine Unterlassung.

Im Februar 2020 begannen Regierungen darüber nachzudenken, wie weit sich Covid ausbreiten würde, ob Masken helfen würden und wenn ja, woher wir diese Masken bekommen könnten. Sie verzichteten weiterhin, Journalisten oder die Öffentlichkeit in das Sensemaking einzubeziehen. Das war ein Fehler.

Anfang März 2020 eskalierte das Problem. Journalisten liessen sich nicht mehr abwimmeln und stellten Fragen. Das Parlament wurde kurz darauf nach Hause geschickt und die Exekutive rief die besondere Lage aus. Danach erfuhren wir durch Lecks, wie Regierungsbehörden ihr Sensemaking betrieben hatten: durch Groupthink.<sup>5</sup>

BEA KNECHT, Gründerin Zattoo AG, Levuro AG, Genistat AG, Fanfare Inc und Mitglied der Eidg. Medienkommission, Bäch/SZ.

- 1 K. E. WEICK, Sensemaking in Organizations, London 1995.
- 2 K. E. WEICK/K. M. SUTCLIFFE/D. OBSTFELD, Organizing and the Process of Sensemaking, Organization Science, 2005.
- 3 L. SMIRCICH/G. MORGAN, Leadership: The Management of Meaning. The Journal of Applied Behavioral Science, 1982, 18, 257–273.
- 4 C. C. KUHLETHAU, Inside the search process: Information seeking from the user's perspective, Journal of the American Society for Information Science, June 1991.
- 5 I. JANIS, Groupthink, A First Look at Communication Theory New York 1991, 235–246.

Groupthink ist Einstimmigkeit unter Gruppenzwang. Dabei ignorieren Mitglieder einer Gruppe abweichende Standpunkte und verbergen eigene Zweifel. So entsteht die Illusion, dass Entscheidungen der Gruppe dem individuellen Urteil überlegen sind und dass alle gegensätzlichen Ansichten den Interessen der Gruppe zuwiderlaufen.

Massnahmen wurden voneinander kopiert, ohne zu wissen, ob diese die Bedrohung tatsächlich lösen. Mehrheitlich haben Länder erkannt, dass Masken helfen, und dass es eine Impfung braucht. Umstrittener waren die Lockdowns, welche die Mehrzahl der Länder verordneten. In Schweden hielt der Chefberater der Regierung es für besser, Covid durch die Bevölkerung rasen zu lassen. Covid ist tatsächlich wie von ihm vorhergesagt endemisch geworden. Zu einer Verlangsamung der Wirtschaft in Schweden kam es trotzdem, und es starben viele alte Menschen.

In Summe: Das Bild der Realität, das uns Sensemaking vermittelt, ist umso freier von Verzerrung, je weniger Propaganda, Dogma, Zensur oder Groupthink im Spiel ist.

### **These 2: Sensemaking korreliert positiv mit einer gut gehenden Wirtschaft und ist womöglich kausal für das Wohlergehen eines Landes.**

Diese These benötigt noch wissenschaftliche Untermauerung. Vorläufig sehe ich sie gestützt durch aktuelle Ereignisse. Sensemaking soll ein möglichst akkurates Abbild der Wirklichkeit liefern als Grundlage für Entscheidungen. Wenn Sensemaking kontaminiert ist, wie in den USA durch Trump – was ihn letztendlich seine Wiederwahl gekostet hat – leidet das Land. BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China) sowie in ein paar Dutzend kleinere Länder übersteuerten das Sensemaking zur Pandemie mit Dogmen und Propaganda, haben Daten gefälscht und zensiert. Covid fegte umso stärker durch diese Regionen. China hat keine Chance, die neuste Welle einzudämmen. Wegen der verfehlten Impfung und der Zero-Covid-Politik wird die Wirtschaft Chinas seitdem wiederholt gelähmt.<sup>6</sup>

Unser Start in die Pandemie wäre auch besser ausgefallen, hätte man Journalisten und damit die Öffentlichkeit früher und stärker miteinbezogen. Journalisten haben bemerkenswert rasch auf Anforderungen der Covid-Krise umgesattelt. Es waren die Journalisten, die Mitte März 2020 uns alle in den Sensemaking-Prozess rund um Covid brachten: indem sie regelmässige, möglichst unmanipulierte Infektionsdaten einforderten und aufbereiteten; indem sie diese mit Gesundheitsdiensten und Forschern debattierten; indem sie ergreifende Videoberichte von der Intensivstation in Bergamo und abgeriegelten Städten lieferten; indem sie Beiträge von Parteien und Parlamenten, Beamten und Ministerien, Bildungs- und Wissenschaftseinrichtungen, Unternehmen und Industriobbygruppen, Verbänden und ihren Mitgliedern, Experten, Publizisten und einzelnen Bürgern verbreiteten, kommentierten und verfeinerten. Wir alle konnten dank Journalisten an der kollektiven Sinnstiftung rund um Covid teilnehmen.

In Summe: Gutes Sensemaking steigert die Wahrscheinlichkeit von wirtschaftlichem Erfolg und Journalisten spielen eine zentrale Rolle dabei.

### **These 3: Wie wir Medien ordnen und finanzieren ist deshalb nicht egal. Journalisten üben eine Funktion, so grundlegend wie die der Lehrer und Ärzte aus.**

Journalisten erleichtern unser Sensemaking, indem sie Fakten prüfen und Informationen von Dogmen und Propaganda befreien. Sie tragen weiter zum Sensemaking bei, indem sie Informationen priorisieren, abwägen und verfeinern. Ungefiltert wirkt eine Flut irrelevanter Informationen wie eine «Zensur durch Lärm» und vergiftet Sensemaking: kollabiert es durch eine Flut von Falschinformationen, sitzen wir in der Klemme. Aus Mangel an Verständnis greifen wir möglicherweise auf rohe Emotionen wie Wut und Angst zurück.

Davor hatte der Staat wohl Angst, als er Journalisten nicht einbezog anfangs der Pandemie; aber damit hat der Staat gezeigt, dass es ihm an Vertrauen gegenüber Journalisten und einem gemeinsamen Sensemaking-Prozess fehlt. Vorenthaltung von Informationen ist nicht mehr zeitgemäss. Taiwan hat es besser gemacht und früher informiert. Informationen bringen mehr Wohlstand als rohe Emotion, geschürt durch Unwissen.

Technischer Fortschritt birgt Potenzial für mehr Meinungsfreiheit und Vielfalt. Informationsbeschaffung ist einfacher geworden. Beispielsweise können Satellitenbilder aus dem Ukraine Konflikt in Echtzeit der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Solche Bilder konnten zuvor nur von Spionagediensten eingesehen werden. Die Verbreitung von Informationen ist auch einfacher geworden: ein Journalist, auch ein «Citizen Journalist», kann seine Telefonkamera auf ein Ereignis richten und über leistungsstarke Technologieplattformen wie Youtube oder Twitter live vor einem Millionenpublikum berichten. Die Kommentarfunktion erlaubt den Einbezug der Öffentlichkeit unmittelbar direkt am Werkstück. Das Teilen solcher Werkstücke auf Social Media ermöglicht es jedem, einen kuratierten Strom von News an Freunde zu verteilen.

Eine Karriere als «Influencer-Blogger» kann eine Lösung sein, um sich den finanziellen Rahmen selber zu setzen: Mit 1000 Abonnenten, die pro Monat 10 CHF bezahlen, verdient ein Influencer-Blogger etwa CHF 120'000 im Jahr und kann so selbstständig an Themen eigener Wahl arbeiten, zum Beispiel dem Sichten und Interpretieren von Satellitenbildern aus der Ukraine zuhanden der 1000 Abonnenten.

Aber nicht alle Berichterstattungen können durch «Influencer-Blogger» geleistet werden: beispielsweise wenn ein

6 W. WANG, China's «Zero Covid» Bind: No Easy Way Out Despite the Cost, New York Times, 7th september 2022.

grösseres Kollektiv von Journalisten notwendig ist, um lange an einer Geschichte zu arbeiten und eine Vielzahl von Fachkenntnissen und Methoden anzuwenden.

Jessica Lessin, Gründerin der Publikation «The Information» mit Sitz in San Francisco, erklärt den finanziellen Druck, der aktuell herrscht.<sup>7</sup> Sogenannte «Influencer-Blogger» würden in einem engen Zeitkorsett arbeiten und auf Grundlage von Leserengagement und -loyalität gemessen und vergütet. Die Öffnungsraten und Lesezeit ihrer Beiträge würden gemessen und in der Regel eher vom Titel als vom Inhalt beeinflusst. Zudem müssten Blogger viel Zeit damit verbringen, ihre Arbeit in sozialen Medien und anderswo zu bewerben, wenn sie gehört und bezahlt werden wollen.

Die meisten investigativen und seriösen Nachrichtenberichte könnten auf diese Weise nicht erstellt werden. Viele gute Geschichten würden mit vagen Hinweisen beginnen, denen eine Bloggerin nicht folgen kann, wenn sie schnell etwas liefern muss. Es könne manchmal Monate oder Jahre dauern, bis solche Arbeit fruchte, und in der Höhepunktphase wäre die Hilfe eines ganzen Redaktionsteams von Kollegen erforderlich, um Quellen anzurufen, Fakten zu überprüfen und zu validieren.

Wenn Journalisten zu Influencer-Blogger werden sollen, würden Publikationen geschwächt als vierte Kraft im Land, die eine unabhängige Überwachungsfunktion ausführen können, so Lessin. Es brauche Publikationen mit grossen Redaktionen, welche Enthüllungen wie beispielsweise die Facebook-Files (Wall Street Journal) oder Recherchen über Apples geheime Geschäfte mit der chinesischen Regierung (The Information) imstande sind zu finanzieren und zu organisieren. Der Betrug von Elizabeth Holmes bei Theranos (Wall Street Journal) wäre nicht aufgedeckt und sie wäre nicht verurteilt worden. Wir wären über die Steuern von Donald Trump (New York Times) im Dunkeln geblieben – ganz zu schweigen von der Steuerhinterziehung von Hunderten von Milliardären (ProPublica), so Lessin.

Lessin ruft dazu auf, dass wir nicht erwarten sollen – oder gar fordern – dass alle Journalisten zu Influencer-Bloggern werden. Journalisten sollten sich nicht nur an Metriken und Anreizen der Tech-Industrie (und auch nicht der Wer-

branche) orientieren müssen. Publikationen sollten nicht den gleichen Fehler machen wie während des Aufstiegs der sozialen Medien, als sie Geschichten priorisierten, die auf Facebook oder Twitter gut ankommen. Dies führe zur Verbreitung von Clickbait.

Stattdessen, sagt Lessin, brauchen wir Redaktionen, welche die besten Journalisten einstellen und ausbilden – egal ob sie bereits eine persönliche Fangemeinde haben oder diese jemals aufbauen wollen. Und wir brauchen Publikationen, welche journalistische Erzeugnisse weitmöglichst verbreiten, statt sich bloss an der Zahl der neuen Newsletter-Abonnenten zu messen.

In Summe: Qualitätsjournalismus liefert den Stoff für gutes Sensemaking. Technischer Fortschritt kann Kosten für Qualitätsjournalismus senken, aber nicht auf null.

Schlusswort: Gutes Sensemaking trägt zu Wohlstand bei, aber es kostet.

Journalisten und Blogger sowie Redaktionen und Publikationen, die Journalisten einstellen, fördern unsere Fähigkeit, gutes Sensemaking zu betreiben. Eine Basisfinanzierung von Journalisten kann zu besserem Sensemaking beitragen. Von Lehrern und Ärzten erwarten wir nicht, dass sie aufgrund neuer Technologien umsonst arbeiten oder auftauchen, wenn wir sie brauchen, und verschwinden, wenn wir glauben, dass wir sie nicht brauchen.

Sonst geht eine Zweiteilung weiter, mit negativen Konsequenzen für unser kollektives Wohlergehen: immer teurere und massgeschneiderte Abonnementdienste für Wohlhabende einerseits und kostenlose, werbefinanzierte, Clickbait-gesteuerte Online-Nachrichten (oder Parteizeitungen)<sup>8</sup> für die Massen andererseits.

Aus genannten Gründen sollten wir bereit sein, Journalisten und Redaktionen mit einer Basisfinanzierung zu unterstützen. Die Zustimmung der Bevölkerung wird davon abhängen, wie die Unterstützung erfolgen soll. Dazu braucht es nun neue Lösungsvorschläge. Die Güte dieser Lösungsvorschläge sollte hauptsächlich daran bemessen werden, ob und wie sie gutes Sensemaking und damit unseren Wohlstand fördern.

## Zusammenfassung

Journalisten greifen aktuelle, zeitgenössische Gedanken, Gefühle und Geschehnisse auf und vermitteln so zwischen unseren Vorstellungen und der Realität. Durch Publikation in Medien stellen sie ihre Werkstücke auf eine Allmend, auf der wir alle gemeinsam Sensemaking betreiben können.

## Résumé

Les journalistes traitent d'idées, de sentiments et d'événements actuels. Ils font ainsi le lien entre nos conceptions et la réalité. Grâce à leurs publications dans les médias, ils placent leurs œuvres dans un espace commun, dans lequel nous pouvons tous exercer notre «sensemaking».

7 J. E. LESSIN, Why Influencer Journalists Should Not Be the Future of Journalism, The Information, 8th January 2022.

8 A. WETZ, Parteimedien online: Die Auferstehung der Parteizeitungen?, news.at, 20. Februar 2022.