

5. Politische Kommunikation im Spiegel der journalistischen Logik

Vinzenz Wyss

Ohne starken Journalismus wäre auch die politische Kommunikation nicht leistungsfähig (5.1). Weil das strategische Management der politischen Kommunikation auf Systemleistungen des Journalismus angewiesen ist, muss es dessen Logik der "Mehrsystemrelevanz" (5.2) sowie die Anwendung seiner publikumsorientierten Programme anerkennen und antizipieren (5.3). Es gibt Versuche, die gegenwärtigen strukturellen Schwächen des Journalismus auszunützen, um Politikarenen direkt zu erreichen (5.4). Diesen wird hier das Plädoyer entgegengesetzt, journalistische Programme noch besser zu antizipieren und dies als Professionalisierungsschritt der politischen Kommunikation zu verstehen (5.5).

5.1 Die Verknüpfungsleistung des Journalismus

Journalismus ist unverzichtbar für das Gelingen der politischen Kommunikation in der Gesellschaft und insbesondere für "Formulierung und Artikulation politischer Interessen, ihrer Aggregation zu entscheidbaren Programmen sowie der Durchsetzung und Legitimierung politischer Entscheidungen" (Donges & Jarren, 2022, S. 9). Allerdings weht dem Journalismus ein steifer Wind entgegen, der sich unter anderem in Finanzierungsproblemen äussert (Kiefer, 2011). Ausserdem haben journalistische Medien ihre exklusive Gatekeeper-Funktion längst verloren (Vos & Heinderyckx, 2015). Die für die politische Kommunikation relevanten Informationen und Deutungsangebote erreichen angesichts des veränderten Nutzungsverhaltens die Öffentlichkeit zunehmend direkt, ohne dass diese erst von journalistischen Medien ausgewählt, bearbeitet und publiziert worden sind. Dazu kommt, dass Phänomene wie "alternative facts" oder "Lügenpresse" die Glaubwürdigkeit des Journalismus herausfordern.

Dennoch gehen wir im Folgenden davon aus, dass der Journalismus aktuell trotz der sich verändernden Medien- und Kommunikationsordnung reichweitenstark und folgenreich Nachrichten für sämtliche gesellschaftli-

che Funktionssysteme (Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Religion etc.) vermittelt – und zwar sowohl zwischen den teilsystemischen Akteuren in ihren Leistungs- und Publikumsrollen als auch im intersystemischen Verhältnis zwischen den Funktionssystemen (Neuberger, 2016, S. 351–362; Neuberger, 2017, S. 218). Es ist also nach wie vor der Journalismus, der als Organisator oder Moderator den öffentlichen Diskurs zwischen den gesellschaftlichen Funktionssystemen massgeblich vorantreibt und prägt. Auch politische Kommunikator:innen haben in ihrem systemspezifischen Kontext an dessen Logik anzuknüpfen. Wenn es ihnen nicht gelingt, ihre Kommunikationsleistungen daran auszurichten oder daran anzuschliessen, so sinkt die Chance zur Resonanz und Anschlusskommunikation in anderen Funktionssystemen.

Aus der systemtheoretischen Perspektive hat der Journalismus die Funktion der aktuellen und universellen Selbstbeobachtung und Synchronisation der Gesellschaft (Neuberger, 2017, S. 217; Meier, 2018, S. 29). Beim Beschreiben und Erklären von einzelnen Ereignissen bevorzugt er unwahrscheinliche, vom Gewohnten abweichende Ereignisse und trägt so zur "Erzeugung und Verarbeitung von Irritation" bei (Luhmann, 1996, S. 46). Journalismus ist – wie beispielsweise auch Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst, Religion, Sport oder Bildung – selbst ein gesellschaftliches Funktionssystem, das auf eine spezifische Problemlösung spezialisiert ist. Er organisiert in der "Jetzt-Zeit" aktuell den öffentlichen Diskurs über Ereignisse und Themen, bei denen sich gegenseitig irritierende Logiken aus verschiedenen Funktionssystemen aufeinanderprallen. Im Journalismus kreuzen sich die vielfältigen Erwartungen an dessen Informationsvermittlung und Deutung, weil Akteure aus allen anderen Funktionssystemen via journalistischer Inszenierung ihre interne und externe Umwelt beobachten und kommunikativ zu beeinflussen versuchen. Genau durch diese Verknüpfungsleistung generiert der Journalismus Irritation, indem er an sich unvereinbare Logiken anderer Funktionssysteme aufeinanderprallen lässt.

5.2 Mehrsystemrelevanz

Wenn beispielsweise die Baudirektion einer kleineren Stadt an einer dicht befahrenen Kreuzung einen Kreisel bauen will, benötigt sie zur Machtdurchsetzung einen rechtsgültigen Volksentscheid an der Urne. Gut möglich, dass das Vorhaben manchen zu teuer ist. Andere finden, es sei unmo-

ralisch, sich aus ökonomischen Gründen dagegen zu entscheiden, weil wissenschaftliche Studien doch mehr Sicherheit prognostizierten. Wiederum anderen passt der Kreisel nicht, weil dieser nicht zuletzt wegen der darauf vorgesehenen Skulptur ihre ästhetische Geschmacksempfindung stört. So irritieren Deutungen und Argumente der einen Systemlogik diejenigen aus einer anderen. Genau dann kommt der Journalismus ins Spiel.

Der Journalismus reagiert angesichts der Irritation auf öffentlichen Diskursbedarf und verknüpft in seinen veröffentlichten Kommunikationsangeboten andere Funktionssysteme sachlich, zeitlich und sozial miteinander, indem er bei jedem Selektionsvorgang auf seine eigene Logik der "Mehrsystemrelevanz" zurückgreift (Wyss, 2011, in Anlehnung an Kohring, 2006). Er verknüpft dabei Themenaspekte, die sich gegenseitig irritieren, weil sie unterschiedlichen Systemlogiken folgen. Am Kreiselbeispiel lässt sich erkennen, wie der Journalismus in seinen Kommunikationsangeboten mit Blick auf den politischen Machtentscheid (Abstimmung) sich gegenseitig irritierende Bezüge zwischen wirtschaftlichen (Kosten) wissenschaftlichen (Sicherheit) oder moralischen (Schuldfrage) Argumenten konstruiert und darüber hinaus noch eine künstlerische (Ästhetik) Sichtweise in den Diskurs einspeist. Der Journalismus wählt dabei mit Rückgriff auf seine eigene Logik der Mehrsystemrelevanz aus kontingenten Möglichkeiten von Kommunikationen aus anderen Systemen diejenigen aus, welche innerhalb des Journalismus verarbeitet werden können und gleichzeitig zur Komplexitätsreduktion beitragen.

Mit dieser Perspektive auf den Journalismus soll nun als ein erstes *Erfolgskriterium* für das strategische Management politischer Kommunikation das Antizipieren der journalistischen Logik der *Mehrsystemrelevanz* hervorgehoben werden. Journalismus macht aus allem Journalismus.

5.3 Publikumsorientierung: Die Schemata journalistischer Programme

Wenn in der Praxis der politischen Kommunikation die Durchsetzung von Interessen politischer Akteure auch via journalistischer Veröffentlichungen vorbereitet oder zu legitimieren versucht wird, so werden neben Politikaarenen auch die Arenen anderer Funktionssysteme, wie beispielsweise der Markt (ökonomische Arena), die Versammlung Gläubiger (religiöse Arena) oder wissenschaftliche Publikationen etc., und damit das Publikum dieser Arenen als Adressat relevant. Diese Schnittmenge aus geteilten Publika verschiedener Funktionssysteme stellt der mehrsystemisch ausgerichtete

Journalismus her. Er inkludiert die Publika verschiedener Funktionssysteme situativ durch die Rezeption journalistischer Angebote (Blöbaum, 2022; Loosen, 2023). Die auf die Nutzung journalistischer Funktionen abzielenden Praktiken politischer Kommunikation sollten somit nicht nur das Publikum der Politik adressieren. Das Publikum des Journalismus besteht vielmehr aus den Leistungs- und Publikumsrollen anderer Funktionssysteme, also etwa aus Politiker:innen bzw. Bürger:innen der Politik und/oder aus Unternehmensführer:innen bzw. Konsument:innen der Wirtschaft und/oder aus Religionsführer:innen bzw. Gläubigen im Religionssystem etc.

Die Logik der journalistischen Mehrsystemrelevanz kommt somit auch in der Beziehung zum Publikum zum Ausdruck. Erst die vom Journalismus angeregte Anschlusskommunikation ermöglicht die Rezeption durch zugleich in verschiedene Funktionssysteme inkludierte Publika. Dies ist etwa in folgendem Beispiel der Fall: Eine Richterin hat juristisch über Strassenblockaden der Klimabewegung zu befinden. In ihrem Urteil lässt sie sich von der journalistischen Berichterstattung beeinflussen. In dieser wird der wissenschaftlich gestützten Forderung der politischen Demonstrierenden nach Schutz zukünftiger Generationen moralisch ein höherer Wert beigemessen als den wirtschaftlichen Einbussen der aufgehaltenen Autofahrer:innen. Das Beispiel veranschaulicht, dass durch den Journalismus Kommunikationsangebote konstruiert werden, die den *Leistungs- und Publikumsrollenträger:innen* anderer Systeme (im Beispiel der Richterin als Leistungsrollenträgerin des Rechts) anzuzeigen vermögen, dass ein Ereignis in einem fremden System (z.B. die wissenschaftlich gestützte Forderung der Demonstrierenden) potenziell für sie bedeutsam sein kann.

Die hier skizzierte Beziehung zwischen Journalismus und seinem Publikum schlägt sich in journalistischen Programmen der Publikumsorientierung nieder, in denen die Logik der Mehrsystemrelevanz zur Anwendung kommt. Solche Programme werden von Meier (2018, S. 190) auch als *Schemata* bezeichnet, die Ordnung in die journalistische Kommunikation bringen und auf die sich auch das Publikum des Journalismus verlassen kann.

Zu den journalistischen Schemata gehören die auf die Aufmerksamkeit des Publikums ausgerichteten *Nachrichtenwerte* (Staab, 1990). Die Nachrichtenwerttheorie hat bestimmte Merkmale von Ereignissen identifiziert, welche die journalistischen Selektionsentscheidungen beeinflussen und somit deren Bedeutung für eine Nachricht (Nachrichtenwert) bestimmen. Je ausgeprägter diese Merkmale (Status, Valenz, Relevanz, Identifikation, Konsonanz, Dynamik) sind und je mehr Faktoren auf ein Ereignis zutref-

fen, desto grösser ist die Wahrscheinlichkeit, im Journalismus aufgegriffen und verarbeitet zu werden (Schulz, 2011). Dabei ist zu beachten, dass sich Journalistinnen und Journalisten bei ihren Selektionsentscheidungen nicht bloss an den Ereignismerkmalen orientieren, sondern davon ausgehen, dass sich auch die Aufmerksamkeit ihres Publikums daran orientiert.

Zu den journalistischen Schemata gehören des Weiteren auch informierende oder meinungsäussernde *Darstellungsformen* (etwa Nachricht, Bericht, Reportage, Interview oder Kommentar, Glosse etc.). Es ist sicher von Vorteil, wenn politische Kommunikator:innen in ihren Statements für die Öffentlichkeit solche Formen antizipieren und je nach Schema diese darauf ausrichten.

Auch die sogenannten *Berichterstattungsmuster* (objektiver, investigativer, interpretativer, anwaltschaftlicher erzählerischer, partizipativer Journalismus etc.) gehören zu den Schemata. Diese werden im Journalismus als Strategien angewendet, um in der Berichterstattung spezifische Bezüge zur Wirklichkeit eines Gegenstandsbereichs sowie Themen zu inszenieren (Weischenberg, 1995, S. 11). Über diese Muster wird ebenfalls eine spezifische Beziehung zwischen Journalismus und Publikumserwartungen hergestellt.

Schliesslich strukturieren auch Frames und Narrative die journalistische Inszenierung und die Rezeption durch das Publikum. Bei den Frames handelt es sich nach Dahinden (2006) um Interpretationsrahmen, die als kognitive Strukturen im Bewusstsein von Journalist:innen wie auch beim Publikum verankert sind. Sie ordnen neue Informationen bestimmten Deutungsmustern (z.B. dem David-Goliath-Frame) unter und bieten ausserdem die Basis für eine Bewertung des Themas. *Narrative* gehen darüber hinaus und heben bei der Kommunikation von Ereignissen zusätzlich die temporale Struktur (im Sinne von Anfang, Mittelteil und Schluss einer Geschichte) wie auch die Verwendung (archetypischer) Rollenträger:innen (z.B. Heldin versus Schurke) hervor. Narrative stellen unter Rückgriff auf klassische Erzählmuster und verbunden mit meist archetypischen Rollen Interpretationsfolien bereit, auf denen an sich nicht vergleichbare Systemlogiken verkettet werden können (Wyss, 2011, S. 40 ff.; Perrin & Wyss, 2016).

Mit diesem Blick auf den Journalismus soll das Antizipieren journalistischer Schemata als weiteres *Erfolgskriterium* für das strategische Management politischer Kommunikation hervorgehoben werden. Dies beinhaltet zum einen die Ausweitung des Publikumsbegriffs über den Politikkontext hinaus. Zum anderen sollte bei der öffentlichen Formulierung und Artikulation politischer Interessen der Fokus des Journalismus auf das, was

vom Gewohnten abweicht und in den *Programmen der Nachrichtenwerte* und der journalistischen *Berichterstattungsmuster* zum Ausdruck kommt, ebenfalls Berücksichtigung finden.

Schliesslich sollte antizipiert werden, dass der Kommunikationsmodus des Journalismus häufig der narrativen Struktur einer Erzählung folgt. Auch eine journalistische Geschichte beginnt meist mit etwas Unvorhersehbarem, das sich als Störung oder gar als Bedrohung eines gesellschaftlichen Gleichgewichts narrativ inszenieren lässt. In der Regel besteht zunächst Ungewissheit über den Ausgang der Irritation – sicher, bis eine weitere Entscheidung oder ein neues Ereignis folgt. Wie im Märchen vom Wolf und den sieben Geisslein lässt auch der Journalismus längst vertraute Rollen wie Gauner, Opfer, gute Mütter, Heldinnen oder Erlöser implizit anklingen, um so Komplexität zu reduzieren und seine Erzählungen für sein Publikum verständlicher zu machen. Der Reflex, "das Normale" wieder herzustellen, ist oft der Treiber des Journalismus. Er legt zwar zunächst seine Finger in die Wunden sich gegenseitig irritierender wirtschaftlicher, rechtlicher, wissenschaftlicher, künstlerischer oder moralischer Vorstellungen von Problemlösung; dies aber letztlich mit dem Ziel, nach dem von ihm vorangetriebenen öffentlichen Diskurs ein "normales" gesellschaftliches Gleichgewicht wiederherzustellen.

5.4 Professionalisierung: Gegenläufige Trends

In der Journalismusforschung kam im Laufe der letzten Jahrzehnte Skepsis auf, ob der Journalismus überhaupt als *Profession* aufgefasst werden kann. So spricht Kepplinger (2011, S. 229) dem Journalismus aufgrund theoretischer Überlegungen und empirischer Befunde eine solche Qualität ab. Dazu gehörte nämlich etwa die Anwendung spezialisierter Kenntnisse, die auf einer theoretischen Grundlage beruhen und in einer systematischen Ausbildung erworben werden. Professionsangehörige sollten darüber hinaus über eine berufsständische Organisation verfügen, der Standesethik verpflichtet sein, eine grosse persönliche Verantwortlichkeit besitzen, über eine relative Autonomie verfügen und ihren Beruf im Dienste allgemein anerkannter gesellschaftlicher Werte ausüben. Auch empirische Befunde aus der Journalismusforschung in der Schweiz deuten darauf hin, dass die Professionalisierung trotz neuer Ausbildungsangebote kaum zugenommen hat (Keel 2011; Wyss 2012). Ausserdem lassen längst beobachtbare Trends der Entdifferenzierung oder der Hybridisierung des Journalismus (auf personaler

Ebene beispielsweise die Vereinigung von journalistischen und PR-Rollen) Zweifel aufkommen, ob die Hoffnung auf eine journalistische Profession gerechtfertigt sei (Weischenberg et al., 2006, S. 189–190; Görke, 2009).

Des Weiteren ist die Professionalisierung des Journalismus bedroht durch die zunehmende Übersteuerung journalistischer Praktiken durch die ökonomische Logik der Medienorganisationen (Kramp, 2013). Dies kann beispielsweise in einer zweifelhaften Vorstellung der Medienmanager:innen zum Ausdruck kommen, Journalismus sei ein ökonomisches Instrument; aber auch in der Vermischung von redaktionellen Inhalten und Anzeigen (native advertising) oder in der Übernahme von massgeschneiderten Inhalten von Content Marketing-Agenturen (vgl. Bakker, 2012). Und schliesslich ist es fraglich, wie sich Professionalisierung entwickeln kann, wenn das ausgebildete Personal in der Praxis auf prekäre Arbeitsbedingungen stösst (Kiefer, 2010, S. 220; Wyss, 2012).

Zynisch könnte hier nun festgestellt werden: Die mangelnde Professionalisierung im Journalismus wirkt sich indirekt positiv auf den Erfolg des strategischen Managements politischer Kommunikation aus. Dies, da Politikarenen geschaffen und beeinflusst werden können, ohne dass bei der öffentlichen Artikulation und Legitimation kollektiv verbindlicher Entscheide die journalistische Logik irritierende Bezüge herstellt und so das Gelingen der unvermittelten Kommunikation stört. Gleichzeitig ist auch zu beobachten, dass die Komplexität und Professionalität der politischen Kommunikation fortlaufend gesteigert wird (Saxer, 2012, S. 647). So hat paradoxerweise die Professionalisierung der PR-Branche (Bentele et al., 2007) dazu geführt, dass viele Journalist:innen die Seiten gewechselt haben. In immer noch mehr neuen Kategorien unterstützen wie auch konkurrieren diese Kommunikationsspezialisten Medienakteure in ihren Tätigkeiten: Public Affairs-Berater:innen optimieren die nicht-öffentliche wie auch die öffentliche Kommunikation von politischen Akteuren. "Spin-Doctors" sind die neuen Expert:innen im Newsmanagement. Dazu kommen Spezialist:innen des Politmarketings oder der politischen Public Relations. Angesichts der zur Verfügung stehenden Technologien werden ausserdem auch Publika zu virtuellen Mitgestalter:innen politischer Kommunikation bzw. der Kommunikationskultur.

Zusätzlich zu den bereits oben erwähnten, sich dysfunktional auf den Journalismus auswirkenden Trends (Finanzierungskrise, verändertes Nutzungsverhalten, Verlust der exklusiven Gatekeeper-Funktion, Glaubwürdigkeitsverlust, Deprofessionalisierung, Hybridisierung) soll hier auf Zukunftsszenarien hingewiesen werden, die den drohenden Relevanzverlust

des Journalismus beschreiben. Die Eidgenössische Medienkommission (EMEK, 2017) skizziert in einem von drei Szenarien wie journalistische Angebote "immer stärker konkurrenziert und teilweise substituiert [werden] durch medienähnliche Leistungen sowie durch Angebote, die nicht mehr in redaktionellen Organisationsformen hergestellt werden" (S. 22). Diese Leistungen würden von Nutzer:innen ungeachtet ihrer allenfalls fragwürdigen publizistischen Qualität als genügend relevant und effizient erachtet. Journalismus würde sich nur noch in Teilmärkten behaupten können. Gemäss der EMEK bestünde das Risiko, dass vermehrt Angebote der Corporate Communications oder der Public Affairs mit prioritär kommerziellen Interessen oder mit politisch intendierten Beeinflussungsversuchen Nutzer:innen "ohne Umwege über traditionelle, massenmediale Angebote direkt ansprechen" würden (EMEK, 2017, S. 22). Organisationen und Institutionen wie Bildungsstätten, Universitäten und Behörden oder Nichtregierungsorganisationen setzten verstärkt auf eine direkte Adressierung der Rezipient:innen. Dies hätte zur Folge, dass die Reduktion von Komplexität, die Kuration und die massentaugliche Informationsaufbereitung nach Innen verlagert würde. Dazu kommt die Prognose, dass auch Intermediäre selbst für die rechtliche, ethische und politisch korrekte Kuration ihrer Inhalte besorgt sind.

Diese für die Politik einer demokratischen Gesellschaft so wichtige Leistungsfähigkeit des Journalismus ist also unter Druck wie noch nie. Dennoch ist möglichen Gelüsten, die gegenwärtigen strukturellen Schwächen des Journalismus auszunützen, um kurzfristig in den Politikarenen Resonanz für politische Interessen zu erreichen, zu entgegnen, dass auch funktionierende Politikarenen auf einen starken und glaubwürdigen Journalismus angewiesen sind. Nur ein gesellschaftlich relevanter Journalismus ist in der Lage, qua Fremdbeobachtung politischen Akteuren oder Verfahren eine gewisse Legitimität zuzuschreiben. Neben einer sachlichen und zeitlichen Verknüpfung systemfremder Kommunikationen verknüpft der Journalismus diese auch in sozialer Hinsicht, indem er in seinen Geschichten den Rollenträger:innen einen Status zuschreibt. Indem Journalismus zwischen den Leistungs- und Publikumsrollen innerhalb des Politiksystems vermittelt, hat er ausserdem das Potenzial, die Responsivität insbesondere von Leistungsrollenträger:innen zu verstärken. Seine Vermittlungsleistung zwischen unterschiedlichen Funktionssystemen kann wiederum die Konnektivität positiv beeinflussen.

5.5 Plädoyer für doppelte Professionalisierung

Angesichts der skizzierten Entwicklungsszenarien in Bezug auf den Journalismus resultiert ein Plädoyer für die Professionalisierung der politischen Kommunikation. Diese anerkennt und antizipiert die Logik des Journalismus sowie die Anwendung seiner Programme. Denn ohne starken Journalismus wäre auch die politische Kommunikation nicht leistungsfähig. Anerkennen und antizipieren der journalistischen Programme ist hier im Sinne des von Günter Bentele konzipierten "Intereffikationsmodells" (Bentele, 2008) als Induktion (z.B. Themensetzung und -generierung) und Adaption (Anpassung an zeitliche, sachliche und soziale Regeln und Routinen des Journalismus) zu verstehen. Dies schliesst die Ausrichtung an der Logik der narrativ konstruierten Mehrsystemrelevanz genauso ein wie das Antizipieren von journalistischen Schemata, die sich in Nachrichtenwerten, Darstellungsformen, Berichterstattungsmustern und dem Kommunikationsmodus der Narration manifestieren. Dazu gehört auch das Anerkennen ethischer Regeln oder professionell normierter Standards, wie sie etwa in den Kodices der Presseräte oder in den Leitbildern der journalistischen Standesorganisationen zum Ausdruck gebracht werden.

Gelingt es der Praxis der politischen Kommunikation, die journalistischen Programme im Sinne systemeigener Induktions- und Adaptionsprogramme zu antizipieren und somit generalisierungsfähiges, medienwissenschaftliches Wissen zur Logik des Journalismus aufzugreifen und zu nutzen, so wirkt diese Professionalisierungsscharakteristik durchaus als ein "Brückenprinzip" (Stichweh, 1996, S. 49) für eine funktional ausdifferenzierte, moderne Gesellschaft und insbesondere für das Funktionieren einer Demokratie. Dadurch trägt die politische Kommunikation zur *strukturellen Kopplung* der an sich geschlossenen Funktionssysteme Politik und Journalismus bei, was wiederum eine Stärkung der beiden Kommunikationssysteme zur Folge hat.

Literatur

- Bakker, P. (2012). *Aggregation, Content Farms and Huffinization: The rise of low-pay and no-pay journalism*. Journalism Practice. doi: 10.1080/17512786.2012.667266.
- Bentele, G. (2008). Intereffikationsmodell. In G. Bentele, R. Fröhlich & P. Szyzka (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations: Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (2. Aufl., S. 209–222). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bentele, G., Grosskurth, L., & Seidenglanz, R. (2007). *Profession Pressesprecher 2007: Vermessung eines Berufsstandes*. Helios.

- Blöbaum, B. (2022). Journalismus als Funktionssystem der Gesellschaft. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (2., aktualisierte und erweiterte Aufl., S. 151–163). Springer VS.
- Dahinden, U. (2006). *Framing: Eine integrative Theorie der Massenkommunikation*. UVK Verlag.
- Donges, P., & Jarren, O. (2022). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Eine Einführung* (5. Aufl.). Springer VS.
- Eidgenössische Medienkommission (EMEK). (2017). *Zukunft der Medien- und Kommunikationsordnung Schweiz: Trends, Szenarien, Empfehlungen. Ein Positionspapier der Eidgenössischen Medienkommission (EMEK)*. Abgerufen am 15. Dezember 2023, von https://www.emek.admin.ch/inhalte/pdf/D_MUKOS_FINAL_25.9.17.pdf
- Görke, A. (2009). Untergang oder Neuschöpfung des Journalismus? Theorie-Perspektiven und Theorie-Probleme der Hybridisierungsdebatte. In B. Dernbach & Th. Quandt (Hrsg.), *Spezialisierung im Journalismus: Allgemeiner Trend?* (S. 73–93). VS Verlag.
- Keel, G. (2011). *Journalisten in der Schweiz: Eine Berufsfeldstudie im Zeitverlauf*. UVK Verlag.
- Kepplinger, H.-M. (2011). *Journalismus als Beruf*. VS Verlag.
- Kiefer, M.-L. (2010). *Journalismus und Medien als Institutionen*. UVK Verlag.
- Kiefer, M.-L. (2011). Die schwierige Finanzierung des Journalismus. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 59(1), S. 5–22.
- Kohring, M. (2006). Öffentlichkeit als Funktionssystem der modernen Gesellschaft: Zur Motivationskraft der Mehrsystemzugehörigkeit. In A. Ziemann (Hrsg.), *Medien der Gesellschaft – Gesellschaft der Medien* (S. 161–182). UVK Verlagsgesellschaft.
- Kramp, L. (2013). Profession am Scheideweg: Journalismus zwischen Aufbruch und Existenzängsten. In L. Kramp, L. Novy, D. Ballwieser, & K. Wenzlaff (Hrsg.), *Journalismus in der digitalen Moderne: Einsichten-Ansichten-Aussichten* (S. 33–62). Springer VS.
- Loosen, W. (2023). Journalismus – Publikum: Eine soziale Beziehung zwischen Interaktion, Organisation und Funktion. In K. Meier & Ch. Neuberger (Hrsg.), *Journalismusforschung: Stand und Perspektiven* (3., aktualisierte und erweiterte Aufl., S. 269–290). Nomos.
- Luhmann, N. (1996). *Die Realität der Massenmedien* (2., erw. Aufl.). Westdeutscher Verlag.
- Meier, K. (2018). *Journalistik* (4. Aufl.). UVK Verlagsgesellschaft (= UTB-Reihe "basics").
- Neuberger, Ch. (2016). Journalismus als systembezogene Akteurkonstellation. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 295–308). Springer.
- Neuberger, Ch. (2017). Journalistische Objektivität: Vorschlag für einen pragmatischen Theorierahmen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65(2), S. 406–431.

- Perrin, D., & Wyss, V. (2016). In die Geschichten erzählen: Die Analyse von Narration in öffentlicher Kommunikation. In S. Averbek-Lietz & M. Meyen (Hrsg.), *Handbuch nichtstandardisierte Methoden der Kommunikationswissenschaft* (S. 241–255). Springer.
- Saxer, U. (2012). *Mediengesellschaft: Eine kommunikationssoziologische Perspektive*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schulz, W. (2011). *Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung* (3. Aufl.). VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-93094-7>
- Staab, J. (1990). *Nachrichtenwert-Theorie: Formale Struktur und empirischer Gehalt*. K. Alber.
- Stichweh, R. (1996). Professionen in einer funktional differenzierten Gesellschaft. In A. Combe & W. Helsper (Hrsg.), *Pädagogische Professionalität: Untersuchungen zum Typus pädagogischen Handelns* (S. 49–69). Suhrkamp.
- Vos, T. P., & Heinderyckx, F. (2015). *Gatekeeping in Transition*. Routledge.
- Weischenberg, S. (1995). *Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Bd. 2. Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure*. Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, S., Malik, M., & Scholl, A. (2006). *Die Souffleure der Mediengesellschaft: Report über die Journalisten in Deutschland*. UVK Verlag.
- Wyss, V. (2009). Das Publikum des Journalismus. In U. Dahinden & D. Süss (Hrsg.), *Medienrealitäten* (S. 131–152). UVK Verlag.
- Wyss, V. (2011). Narration freilegen: Zur Konsequenz der Mediensystemrelevanz als Leitdifferenz des Qualitätsjournalismus. In R. Blum, H. Bonfadelli, K. Imhof, & O. Jarren (Hrsg.), *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation: Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien* (S. 31–47). VS Verlag.
- Wyss, V. (2012). Das Prekariat des Schweizer Journalismus. In K. Imhof, R. Blum, O. Jarren, & H. Bonfadelli (Hrsg.), *Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit* (S. 167–185). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-00348-7_10