

Nähe und Distanz

Grundbegriffe der Kommunikations- und Medienethik (Teil 19).

Von Roger Blum

Das Begriffspaar Nähe und Distanz gehört nicht zu den zentralen Stichwörtern medienethischer Diskurse wie Wahrheit, Verantwortung, Achtung, Scham, Unabhängigkeit oder Schutz der Privatsphäre.

Und doch spielt gerade im Journalismus die ethische Reflexion über Nähe und Distanz eine große Rolle. Vor wenigen Jahren ist dies erstmals Thema einer Dissertation geworden (vgl. Sauermann 2015). Journalismus bedeutet Herstellung von Öffentlichkeit, und da stellen sich automatisch die Fragen: Wieviel Nähe darf sein? Wieviel Distanz muss sein? Die Kritik- und Kontrollfunktion der Medien verlangt nach Distanz. Die authentische, anschauliche journalistische Darstellung verlangt nach Nähe.

Kulturelle und nationale Unterschiede prägen den Umgang mit Nähe und Distanz

Die Distanznorm entspringt dem Grundsatz, Journalistinnen und Journalisten sollten „sich nicht gemein machen mit einer Sache, auch nicht mit einer guten“ (Friedrichs 1995). Diese Norm relativiert sich schon durch politische, ökonomische und kulturelle Einflüsse. Journalistinnen und Journalisten, die in autoritären oder totalitären politischen Systemen tätig sind, überschreiten rasch die *roten Linien*, wenn sie sich von den Herrschaftszielen entfernen. Wer Journalismus in einem kleinen Medienunternehmen betreibt, wird sich hüten, die Konfrontation mit einem wichtigen Financier, Sponsor oder Werbekunden

Grundbegriffe der MEDIENETHIK Communicatio Socialis

*Dr. Roger Blum
ist emeritierter
Professor für
Kommunikations- und
Medienwissenschaft
an der Universität
Bern. Er war Präsident
des Schweizer
Presserates, Präsident
der Unabhängigen
Beschwerdeinstanz für
Radio und Fernsehen
der Schweiz sowie
Ombudsman der SRG
Deutschschweiz.*

zu wagen, weil dadurch das Überleben des Mediums selbst auf dem Spiel stünde. Journalist_innen in arabischen Ländern halten andere Werte hoch als solche in westeuropäischen Ländern, auch wenn die journalistisch-handwerklichen Überzeugungen vielleicht dieselben sind. Das sind Varianten von Nähe, die als unvermeidbar gelten und keinen ethischen Abwägungen unterworfen werden.

Ethische Fragen stellen sich aber dort, wo die Nähe nicht zwingend ist. Es geht um die Nähe zur politischen Elite, zu wirtschaftlichen und sportlichen Interessen, zu anwaltschaftlich Unterstützten, zu kriegsführenden Truppen, zum Privaten, zu Tätern und Opfern, zum Tod.

Die Nähe zur politischen Elite ist im französischen, italienischen, russischen oder auch österreichischen Journalismus gang und gäbe. Die russischen Journalist_innen spenden Beifall, wenn Putin zur jährlichen Medienkonferenz erscheint. Die politischen Journalist_innen Frankreichs wollen eigentlich mitregieren. In Italien kennt man den „giornalista dimezzato“, der sich an einen Politiker anlehnt (Blum 2014, S. 171). In Österreich dominierte lange die „Verhaberung“, der filzhähnliche Kontakt hinter den Kulissen (ebd., S. 231). Politische Journalistinnen und Journalisten sind grundsätzlich machtnah und je nachdem bereit, die politische Macht zu hofieren oder zu kritisieren – in den USA und in Großbritannien spielen sie gerade beide Rollen je nach Medium parallel, in anderen Ländern wechseln sich die Rollen je nach Konstellation ab (vgl. Altschull 1989; Blum 2008, S. 235). Die Nähe ist aber ethisch problematisch, weil daraus eine „Beziehungskorruption“ entstehen kann und weil die Rollen nicht mehr klar geschieden sind (vgl. Pfetsch/Mayerhöffer 2011, S. 56; Krüger 2013).

Ethische Herausforderungen durch Nähe in Wirtschafts- und Kriegsberichterstattung

Die Nähe zur Wirtschaft entsteht beispielsweise, wenn Journalist_innen Aktien von Unternehmen besitzen, über die sie berichten. Medien lassen sich von der Tourismusbranche zu Urlaubsreisen einladen, was nicht ohne Einfluss auf die Berichterstattung bleibt. Autounternehmen fliegen mit Medienleuten nach Afrika, um neue Fahrzeugtypen vorzustellen, und sie leihen Autojournalist_innen für längere Perioden Testwagen. Sportjournalist_innen werden mit Geschenken, Privilegien und lokalpatriotischen Gefühlen für die jeweiligen Vereine gewogen gestimmt (vgl. Mikos 2010). Unabhängige Berichterstat-

tung wird so unmöglich. Medienethisch ist daher geboten, dass niemand über ein Unternehmen berichtet, mit dem er oder sie verhandelt ist; dass Medien nur über Reisen berichten, für die sie selber aufkommen oder deren Finanzierung sie ausreichend transparent gemacht haben; dass im Auto- und Sportjournalismus jegliche Privilegien abgelehnt oder zumindest offengelegt werden (vgl. Schweizer Presserat 1992a und 1992b).

Im Krieg kann Nähe zwischen Medienleuten und kämpfenden Truppen entstehen. Dies ist unvermeidlich im *embedded journalism*, weil dann Journalist_innen Teil der militärischen Einheiten sind und nicht mehr unabhängig berichten können (vgl. Sehr 2016; Bilke 2010). Embedded journalism

wurde vor allem durch die USA im Irakkrieg von 2003 und später ebenso in Afghanistan gefördert, teilweise auch durch Großbritannien. Während die BBC im Falklandkrieg von 1982 jeweils noch formulierte: „Wie die britische Regierung behauptet...“, setzte der „Daily Telegraph“ 2003 die Schlagzeile: „Wir sind schon in Bagdad!“. Durch die Einbettung in militärische Einheiten kippt Journalismus in Propaganda; die Nähe ist daher medienethisch hochproblematisch. So ist es klüger, Kriege nicht mit der Truppe zu verfolgen, sondern in eine vielfältige unabhängige Berichterstattung aus Distanz auch Social Media-Zeugnisse von Soldat_innen einzubeziehen.

Eine Nähe zu Benachteiligten wiederum kann durch anwaltschaftlichen Journalismus entstehen – ein Konzept, bei dem sich Journalist_innen vorübergehend für gesellschaftliche Gruppen einsetzen, die benachteiligt sind und wenig Resonanz in den Medien finden (vgl. Altmeppen 2016). Dabei entsteht die Gefahr, dass Medien instrumentalisiert werden und dass sie die Positionen der Beschriebenen nicht nur *anwaltlich* vertreten, sondern zu ihren eigenen machen und die Gegenposition unterdrücken. Medienethisch ist daher geboten, dass unerbittlich nach der Wahrheit geforscht wird und dass auch die Gegenposition mit ihren besten Argumenten zum Zuge kommt, wenn auch nicht in der gleichen Ausführlichkeit und mit der gleichen Empathie.

Nähe kann durch anwaltschaftlichen Journalismus entstehen – ein Konzept, bei dem sich Journalist_innen für benachteiligte Gruppen einsetzen.

Nähe und Distanz im Umgang mit Privatpersonen

Nähe kann ebenso hervorgerufen werden durch das journalistische Vordringen in die Privat- und Intimsphäre von Menschen (vgl. Grimm/Krah 2016; Ettinger 2019; Prinzing 2019).

Homestorys, Schlüsselloch-Journalismus oder Sendungen wie „Vermisst“, „Mensch Papa! Väter allein zu Haus“ oder „Bauer, ledig, sucht“ bieten eine Nähe, die viele der Beteiligten im Grunde gar nicht wollten. Herstellung von Öffentlichkeit hat hier nichts mehr mit einem kritischen Ansatz zu tun, sondern mit der Bereitstellung der Bühne. Medienethisch geboten ist die Rückbesinnung auf die urreine Aufgabe von Journalismus: Öffentlichkeit dort herzustellen, wo es um Relevantes geht, und die Privatsphäre zu achten, wenn nicht ein überwiegendes öffentliches Interesse entgegensteht. Ganz besonders kommt dieses Prinzip zur Anwendung in der Kriminal-, Suizid-, Katastrophen- und Terrorberichterstattung, in der es um Täter, Opfer und Tote geht. Hier steht vor allem die räumliche Nähe zur Debatte: Wie nahe geht die Kamera an Leid und Schrecken heran? Wieviel Gewalt wird gezeigt? Sollen Tote identifizierbar gemacht werden? (vgl. Bohrmann 2010; Meckel 2008; Stafp 2010; Prinzing 2011). Die Journalistenkodizes raten zur Zurückhaltung; sie fordern die Achtung der Menschenwürde ein (vgl. Pressekodex des Deutschen Presserates 2017; Ehrenkodex des Österreichischen Presserates 2019; Erklärung des Schweizer Presserates o.J.).

Umgekehrt soll Journalismus auch Nähe vermitteln: durch die anrührende Reportage, durch das genaue Porträt, durch das explorative Interview, durch das genau beschreibende Feature. Diese Nähe ist aber Stilmittel, nicht Komplizenschaft.

Literatur

- Altmeppen, Klaus-Dieter (2016): *Anwaltschaftlicher Journalismus*. In: Heesen, Jessica (Hg.): *Handbuch Medien- und Informationsethik*. Stuttgart, S. 132-137.
- Altschull, J. Herbert (1989): *Agenten der Macht. Die Welt der Nachrichtenmedien – eine kritische Studie*. Konstanz.
- Bilke, Nadine (2010): *Kriegsberichterstattung*. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hg.): *Handbuch Medienethik*. Wiesbaden, S. 442-453.
- Blum, Roger (2008): *Die bissigen Schoßhunde. Politischer Journalismus zwischen Machtkritik und Machtverliebtheit*. In: Pörksen, Bernhard/Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (Hg.): *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis*. Wiesbaden, S. 235-246.
- Blum, Roger (2014): *Lautsprecher und Widersprecher. Ein Ansatz zum Vergleich der Mediensysteme*. Köln.
- Bohrmann, Thomas (2010): *Mediale Gewaltdarstellungen*. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hg.): *Handbuch Medienethik*. Wiesbaden, S. 417-423.

- Deutscher Presserat (2017): Pressekodex. Fassung vom 22.3. https://www.presserat.de/files/presserat/dokumente/download/Pressekodex2017light_web.pdf. (zuletzt aufgerufen am 15.1.2020).
- Ettinger, Patrik (2019): *Intimisierung des Öffentlichen? In: Ders. et al. (Hg.): Intimisierung des Öffentlichen. Zur multiplen Privatisierung des Öffentlichen in der digitalen Ära.* Wiesbaden, S. 37-49.
- Friedrichs, Hanns-Joachim (1995): „Cool bleiben, nicht kalt“. Interview in: *Der Spiegel* vom 27.3.
- Grimm, Petra/Krah, Hans (2016): *Privatsphäre. In: Heesen, Jessica (Hg.): Handbuch Medien- und Informationsethik.* Stuttgart, S. 178-185.
- Krüger, Uwe (2013): *Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse.* Köln.
- Meckel, Miriam (2008): Zwischen Informationspflicht und Instrumentalisierung. Zur widersprüchlichen Rolle der Medien in der Symbolkommunikation des Terrorismus, In: Pörksen, Bernhard/Loosken, Wiebke/Scholl, Armin (Hg.): *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis.* Wiesbaden, S. 247-266.
- Mikos, Lothar (2010): *Sportjournalismus. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hg.): Handbuch Medienethik.* Wiesbaden, S. 454-463.
- Österreichischer Presserat (2019): Ehrenkodex für die österreichische Presse. Fassung vom 7.3. https://www.presserat.at/show_content.php?hid=2 (zuletzt aufgerufen am 15.1.2020).
- Pfetsch, Barbara/Mayerhöffer, Eva (2011): Vordergründige Nähe. Zur Kommunikationskultur von Politik- und Medieneliten in Deutschland. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 59. Jg., H. 1, S. 40-74, DOI: 10.5771/1615-634X-2011-1-40.
- Prinzing, Marlis (2011): *Mit Bügeleisen und Sturmgewehr. Mord und Totschlag in den Medien: Was ist zu tun und was zu lassen?* In: Pellin, Elio (Hg.): *Straftat, Schaulust, Spurensuche. Das Buch zu Mord und Totschlag.* Zürich, S. 183-191.
- Prinzing, Marlis (2019): Entblößt im Glashaus oder auf Kurs in eine selbstbestimmte Zukunft? Von der Notwendigkeit einer systematischen ethischen Vermessung als Basis digitaler Aufklärung – ein Essay. In: Ettinger, Patrik et al. (Hg.): *Intimisierung des Öffentlichen. Zur multiplen Privatisierung des Öffentlichen in der digitalen Ära.* Wiesbaden, S. 289-306.
- Sauermann, Astrid (2015): *Nähe und Distanz. Selbstverständnis und Ambivalenzen wertegebundener Journalist_innen.* Berlin. https://refubium.fu-berlin.de/bitstream/handle/fub188/5096/Astrid_Sauermann_Diss.pdf?sequence=1 (zuletzt aufgerufen am 15.1.2020).
- Schweizer Presserat (1992a): *Stellungnahme Nr. 2 in Sachen abhängiger Wirtschaftsjournalismus.* In: *Stellungnahmen des Presserates 1992.* Fribourg, S. 12-32.
- Schweizer Presserat (1992b): *Stellungnahme Nr. 7 zu Problemen des Reise-,*

- Auto- und Sportjournalismus. In: Stellungnahmen des Presserates 1992. Fribourg, S. 50-70.*
- Schweizer Presserat (o.J.): Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten (Schweiz). <https://presserat.ch/journalistenkodex/erklaerung/> (zuletzt aufgerufen am 15.1.2020).*
- Sehr, Marc (2016): Embedded Journalism. In: Heesen, Jessica (Hg.): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart, S. 126-131.*
- Stapf, Ingrid (2010): Tod und Sterben. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hg.): Handbuch Medienethik. Wiesbaden, S. 391-405.*