

Thomas Gruber

# Journalismus als Dienst an der Gesellschaft

Gefährdungen durch Fehlentwicklungen,  
Versuchungen, Beeinflussungen\*

„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“ Mit diesem lapidaren Satz beginnt Niklas Luhmanns fulminantes Werk „Die Realität der Massenmedien“.<sup>1</sup> Luhmanns Systemtheorie beschreibt die Evolution der Gesellschaft als einen Prozess der Ausdifferenzierung von Funktionssystemen innerhalb der Gesellschaft. Dieses Faktum der Ausdifferenzierung versteht Luhmann als „die Emergenz eines besonderen Teilsystems der Gesellschaft [...], das die Merkmale der Systembildung, vor allem auto-poietische<sup>2</sup> Selbstreproduktion, Selbstorganisation, Struktur determiniertheit und mit all dem: operative Schließung selbst realisiert“.<sup>3</sup> Auf diese Weise sind eine Reihe von autonom operierenden Funktionssystemen entstanden, deren Funktion darin besteht, die Komplexität der Welt zu reduzieren.

Zwischenruf: Genau an dieser Stelle, wo es um die Reduktion von Komplexität geht, beginnt der praktizierende Journalist die Ohren zu spitzen.

## Massenmedien als Funktionssystem der Gesellschaft

Die wichtigsten Funktionssysteme unserer Gesellschaft sind: Politik, Wirtschaft, Recht, Religion, Erziehungssystem und – die Massenmedien. Diese Teilsysteme funktionieren aufgrund ihrer eigenen Logik; sie sind „operativ geschlossen“ und mit anderen Systemen nur über „strukturelle Kopplungen“ verbunden.

Die Tatsache, dass Luhmann die Massenmedien als Funktionssystem beschreibt, hat weitreichende Folgen: Auch für das System der Massen-

\* Der Beitrag beruht auf der Antrittsvorlesung, die der Verfasser, seit Anfang 2002 Intendant des Bayerischen Rundfunks, am 29. Oktober 2003 anlässlich seiner Ernennung zum Honorarprofessor an der Universität Bamberg gehalten hat.

<sup>1</sup> Niklas Luhmann: Die Realität der Massenmedien. 2. Aufl. Opladen 1996.

<sup>2</sup> „Autopoiesis heißt: Selbstproduktion des Systems auf der Basis seiner eigenen Elemente“ (Niklas Luhmann: Wahrnehmung und Kommunikation sexueller Interessen. In derselbe: Soziologische Aufklärung 6. Die Soziologie und der Mensch. Opladen 1995, S. 189–203, hier S. 189).

<sup>3</sup> Luhmann: Realität, a.a.O., S. 49.

medien kommt alle Erkenntnis nur aufgrund der Unterscheidung von System und Umwelt, von *Selbstreferenz* und *Fremdreferenz* zustande. Es hat deshalb keinen „exklusiven“ Blick auf die Realität der anderen Funktionssysteme. Die Unterscheidung zwischen Selbstreferenz und Fremdreferenz wird also auch in den Massenmedien systemintern getroffen. Daraus muss man dann folgern, dass die Massenmedien die Realität nicht „objektiv“ spiegeln können. Realität ist auch für sie nur ein „internes Korrelat der Systemoperationen“.<sup>4</sup>

Ein nahe liegender, aus praktischen Gründen gern erhobener, erprobter und durchaus bewährter Vorwurf an die Adresse der Massenmedien ist, dass sie die Realität verfälschen würden. Doch Vorsicht nach dem zuvor Gesagten: Dies würde ja eine objektiv gegebene Realität voraussetzen, die ebenso objektiv beobachtbar und mitteilbar wäre. Hier kommen nun bei Luhmann (und auch bei anderen) laute Zweifel auf. Die Realität der Massenmedien ist nicht zu begreifen, wenn man - so Luhmann wörtlich - „ihre Aufgabe in der Bereitstellung zutreffender Informationen über die Welt sieht und daran ihr Versagen, ihre Realitätsverzerrung, ihre Meinungsmanipulation misst - so als ob es anders sein könnte“.<sup>5</sup>

Die Massenmedien *können* die Realität nicht objektiv wiedergeben; sie *konstruieren* die Realität zwangsläufig. Dies geschieht durch „Widerstand von Operationen des Systems gegen Operationen des Systems“.<sup>6</sup> Die Massenmedien liefern also keine Spiegelung einer ontologischen Wirklichkeit.

## **Systemtheorie dort – Praxis hier**

So weit und bis hierher der Versuch, mich meinem Thema „systemtheoretisch“ zu nähern.

Nun glaube ich, dass ich die Professur für das Fachgebiet Medienmanagement und Kulturvermittlung nicht erhalten habe, weil man von mir bahnbrechende kommunikationstheoretische oder gar erkenntnistheoretische Würfe erwartet, eher wohl, weil man sich auf Grund meiner langjährigen journalistischen Praxis eine belebende Ergänzung in der Lehre erhofft. Und in der journalistischen Praxis steht Verständlichkeit immer an erster Stelle. Meine Rolle eines Honorarprofessors - so verstehe ich sie jedenfalls - sollte es daher nicht sein, Theorien nachzubilden oder gar selbst Theoriebildung zu betreiben, denn das können die Kolle-

<sup>4</sup> Ebenda, S. 19.

<sup>5</sup> Ebenda, S. 173f.

<sup>6</sup> Ebenda, S. 181.

ginnen und Kollegen aus der Universität zweifelsohne besser. Ich sehe die Rolle des Honorarprofessors vielmehr darin, meine Erfahrungen als Journalist und als Medienmanager an die Universität zu tragen und sie den Studentinnen und Studenten möglichst verständlich und praxisnah zu vermitteln. Und deshalb will ich, nachdem die Rolle der Massenmedien systemtheoretisch skizziert ist, für die folgenden Überlegungen einen anderen Stil wählen.

Ein zweiter Grund dafür liegt in der eher resignativen Konsequenz, die ein ambitionierter Jung-Journalist aus den Analysen von Niklas Luhmann ziehen könnte. Die Lektüre von Luhmann ernüchtert. Was für den erfahrenen Praktiker ein wertvolles Korrektiv sein kann, dürfte den Anfänger eher verschrecken. Das wesentliche Selektionskriterium der Massenmedien ist nicht die Wahrheit, sondern die Neuigkeit. „Die Massenmedien“, meint Luhmann, „verbreiten [...] Ignoranz in der Form von Tatsachen, die ständig erneuert werden müssen, damit man es nicht merkt.“<sup>7</sup>

Nun ist es so, dass die Systemtheorie auf mich von jeher eine gewisse Faszination ausgeübt hat. Es beeindruckt mich, wie Luhmann aus wenigen theoretischen Prämissen ein stringentes Theoriegebäude errichtet hat. Immer wieder hat er betont, dass er, im Gegensatz zu seinem großen Antipoden Jürgen Habermas, keineswegs *die Gesellschaft* verbessern möchte. Er beschränkt sich darauf - und es klingt viel bescheidener als es ist -, die *Beschreibung* der Gesellschaft verbessern zu wollen.

Das ist für den Vertreter einer theoretischen Sozialwissenschaft sehr viel - für einen ambitionierten Journalisten jedoch darf es nicht genügen. Selbstverständlich ist ein theoretisches Rüstzeug für den Journalisten unerlässlich. Er muss zum Beispiel wissen, dass eine objektive Wahrheitsfindung nicht möglich ist - schlicht deshalb, weil es keine objektive Wahrheit gibt. Er muss wissen, dass auch er Teil einer Kommunikation ist, die Realität *konstruiert*. Um die Möglichkeiten, die er hat, optimal nutzen zu können, muss er zuallererst ihre Grenzen kennen.

Theorie und Praxis müssen deshalb schon in der Ausbildung eng zusammenspielen. Ich persönlich halte die Systemtheorie für ein lehrreiches - und mitunter heilsames - Instrument der Reflexion, ich hätte aber auch eine andere Theorie herausstellen können.

Die Rolle des Praktikers an einer Universität sehe ich also eher auf Seiten der Praxis. So werde ich im Folgenden manches sagen, was gerade im Lichte der Luhmannschen Systemtheorie gänsehautförderlich ist. Wenn ich etwa die Begriffe „Wahrheit“ oder „Realität“ benutze, so möge

<sup>7</sup> Ebenda, S. 53.

man sich stets die Anführungszeichen dazu denken. Was ich bieten kann, ist *meine* Konstruktion der Realität des Journalismus - nicht mehr, aber auch nicht weniger.

## **Wirklichkeitsdefinition durch die Medien**

Auch wenn man nicht mit Luhmann die These vertritt, *alles* Wissen sei durch die Massenmedien vermittelt, so ist doch zu beobachten, dass das, was wir persönlich und unmittelbar erfahren können, eine immer bescheidenere Rolle spielt. Längst ist unsere Gesellschaft derart komplex und differenziert, längst befinden wir uns in so weitläufigen Zusammenhängen, dass wir kaum mehr Möglichkeiten haben, durch eigene, persönliche Erfahrung zu einer konsistenten Konstruktion unserer Wirklichkeit zu gelangen.

Und so kann festgehalten werden, dass die Massenmedien zumindest zunehmend bestimmen, was wir als Wirklichkeit erfahren, was Bedeutung und Gewicht für uns hat. Damit dehnt sich aber nicht nur jener Bereich aus, in dem uns etwas ohne persönliche Überprüfung als wirklich präsentiert wird - vielmehr übernehmen die Medien zunehmend selbst die Funktion der Wirklichkeitsdefinition.

Wenn in den Medien aber nicht nur eine Reproduktion von Wirklichkeit geschieht, sondern wenn sie auch definieren, was wir überhaupt als Wirklichkeit wahrnehmen und erkennen, dann haben sie freilich einen enormen Einfluss - und dann gehört der Beruf des Journalisten auch zu den wichtigsten Berufen in der Gesellschaft. Und wenn wir das so sehen, dann drängt sich die Frage auf, wie die Journalisten mit der daraus erwachsenden Verantwortung umgehen. Wo sind Fehlentwicklungen zu beobachten und wie können wir ihnen entgegenwirken?

Diesen Fragen möchte ich im Folgenden etwas genauer nachgehen. Lassen Sie mich dazu mit einigen Beobachtungen beginnen, die nicht unbedingt darauf schließen lassen, dass sich *alle* Journalisten zu ihrer Verantwortung bekennen.

## **Unsachgemäßer Umgang mit Bildern**

Die erste Tendenz, die ich feststelle, ist ein zweifelhafter Umgang mit Bildern im Fernsehen. Vielleicht erinnern Sie sich noch an das Bild jugendlicher Palästinhenser nach dem 11. September 2001. Es war eine Gruppe arabisch aussehender Menschen - im Vordergrund eine Frau mit dunklem Kopftuch, die, so wurde den Zuschauern der Eindruck vermit-

telt, jubelnd die Arme hochreißt, als sie vom Einsturz des World Trade Centers in New York hört. Das erschien glaubhaft, da die Bilder unmittelbar danach ausgestrahlt wurden. Und es fügte sich scheinbar ohne weiteres in den Rahmen dessen, was wir für möglich hielten.

Wie jedoch das ARD-Magazin Panorama sowie der „Stern“ einige Zeit später herausfanden, jubelten nur ganz wenige Palästinenser, viele andere gingen einfach mehr oder weniger unbeteiligt an den Kameranahen vorbei. Und auch die Frau, die mit ihrem Freudentaumel in Erinnerung bleibt, geht kurz darauf ungerührt weiter. Später berichtete sie den Kollegen, sie hätte nur gejubelt, weil man ihr ein Stück Kuchen versprochen hatte. Sie und die anderen seien in jenen chaotischen Minuten von Kameramännern hereingelegt worden, die auf der Jagd nach sensationellen Bildern waren. Sie selbst sei entsetzt gewesen, als sie die Bilder im Fernsehen sah. Niemals habe sie sich über die Anschläge auf die USA gefreut.

Wahrheit, nachlässiger Umgang, Inszenierung oder absichtliche Manipulation? Natürlich stellt sich jetzt die Frage, ob nicht auch die ausfindig gemachte Frau mit Kopftuch ihre Geschichte konstruiert hat, die Panorama und „Stern“ dann gebracht haben. Beide Varianten sind möglich. Welche nun tatsächlich „wahr“ ist, werden wir wohl nie erfahren.

## **Wirklichkeitseffekt der Bilder**

Was wir aber wissen und was uns diese Begebenheit im wahrsten Sinne des Wortes vor Augen führt, das ist der sogenannte Wirklichkeitseffekt von Bildern.

Bilder können zeigen und dadurch erreichen, dass man glaubt, was man sieht. Intuitiv sind wir einfach davon überzeugt, dass Bilder genau das wiedergeben, „was da ist“. Seit jeher gilt unser Gesichtssinn als der verlässlichste aller Sinne: Schon Aristoteles empfahl in seiner Metaphysik, nur ihm zu trauen. Denn sehen hieß und heißt auch heute noch: glauben.

Die Vorstellung von der Kamera als Auge hat diese Verlässlichkeitserwartung auf Foto und Fernsehen übertragen und den Fernseher als „Fenster der Welt“ verklärt – vielleicht erinnern sich einige ja noch an diesen Werbeslogan der Fünfzigerjahre. Das Fernsehen hat – so drückt es Luhmann aus – einen Glaubwürdigkeitsbonus: „Es ist beim Filmen des Geschehens an die *Realzeit* [...] gebunden.“<sup>8</sup> Der Zuschauer unterstellt aufgrund dieser Parallelität zu seiner unmittelbaren Welterfahrung eine größere Verlässlichkeit – und unterliegt dabei einem fatalen Irrtum.

<sup>8</sup> Ebenda, S. 79.

Journalisten haben dadurch problemlos die Möglichkeit (man könnte auch sagen: die Macht), etwas vorzutäuschen, was so gar nicht ist. So lässt sich beispielsweise durch geschickten Kameraeinsatz aus einem Dutzend Menschen eine Massenveranstaltung machen. Ohne weiteres kann aus einer vollbesetzten Bundestagssitzung aber auch eine Versammlung von wenigen mit dem Schlaf kämpfenden werden - wir alle kennen solche Bilder. Und, dies sei angemerkt, wir glauben sie, weil sie zu unserem Bild *der Politiker* passen.

## Bewusste Manipulationsversuche

Bewusste Manipulationsversuche - nicht nur mit Hilfe des gezielten Einsatzes von Bildern - sind mehr als bedenklich, und ein Journalist, der sich solcher Methoden bedient, hat seinen Beruf verfehlt. Dennoch meine ich, dass die größte Gefahr für den Journalismus nicht von den wenigen ausgeht, die gezielte Manipulationsversuche unternehmen, sondern von den vielen, die den Versuchungen des tagtäglichen Berufsalltags auf etwas subtilere Weise erliegen.

Wer, wie es der Journalist Michael Born getan hat, einem Fernsehmagazin knapp zwei Dutzend teils oder komplett gefälschte Filmbeiträge verkauft, darunter spektakuläre Streifen über angebliche Bombenbastler der PKK - gedreht in einem Koblenzer Asylbewerberheim -, der weiß wenigstens, dass er etwas Verbotenes tut, und der weiß wohl auch, dass sein Tun wahrscheinlich irgendwann auffliegen wird.

Oder wer - als fiktives Beispiel - von der Musikindustrie Geld nimmt, um dann im Szene-Magazin die aktuelle CD eines unserer neu kreierten Superstars zu loben, obwohl ihn die Ohren schon nach wenigen Takten schmerzen, der hat vielleicht wenigstens so etwas wie ein schlechtes Gewissen und lebt in der Sorge, irgendwann einmal enttarnt zu werden.

Nicht, dass ich derartiges Fehlverhalten verharmlosen möchte - im Gegenteil: Ihm muss, wann immer es zu Tage tritt, entgegengetreten werden. Ich meine aber, bin sogar davon überzeugt, dass solche Fälle die Ausnahme sind. Die Hemmschwelle, sich bewusst für eine Verletzung berufsethischer Grundsätze zu entscheiden, und die Angst, leichtfertig die eigene Karriere aufs Spiel zu setzen, sind doch meist größer als die Versuchung, kurzfristig persönliche Vorteile zu erzielen. Für weitaus gefährlicher halte ich die kleinen, die tagtäglichen Versuchungen, die sich langsam, fast unbemerkt, heranschleichen und die einst hehren Grundsätze nach und nach unterminieren.

## Versuchungen: Eitelkeit, Selbstdarstellung, Selbstüberschätzung

Eine dieser Versuchungen ist ganz gewiss die Eitelkeit. Wer fühlte sich nicht geschmeichelt, wenn er am Tag nach seinem Fernseh-Auftritt der Quote genau entnehmen kann, wie viele Millionen Menschen ihm am Vorabend zugeschaut haben? Es ist verführerisch, seine eigenen Worte in der Zeitung zu lesen, seine Stimme im Radio zu hören oder von Passanten auf der Straße angesprochen zu werden mit den Worten: „Sind Sie nicht Herr ...? Ich habe Sie gestern im Fernsehen gesehen!“ Selten übrigens, aber das nur nebenbei, habe ich den Satz vernommen: „Was Sie da gestern im Fernsehen gesagt haben, hat mir gefallen“ (oder auch nicht).

Eine gewisse Portion Eitelkeit gehört wohl zum Beruf des Journalisten. Vielleicht ist sie sogar nötig, um jeden Tag von Neuem den Mut aufzubringen, sich dem Urteil der Öffentlichkeit zu stellen. Bei manchen Journalisten hat sich die Eitelkeit aber mittlerweile zu einer veritablen Berufskrankheit entwickelt, die den Blick dafür zu trüben scheint, dass Bildschirmpräsenz allein nicht zwangsläufig mit herausragenden journalistischen Leistungen einhergeht.

Vor kurzem bekam ich Folgendes zu hören: „Ich bin intelligent und sehe gut aus. Das ist mein Problem.“ Diese Äußerung stammt von einem Fernsehjournalisten, der meinte, mit dieser Selbsteinschätzung den Grund dafür gefunden zu haben, dass seine Arbeit von Kollegen in Frage gestellt wurde. Sich und seine Leistung selbst in Frage zu stellen - auf diese Idee ist der Kollege nicht gekommen.

Mit der Eitelkeit einher geht die Neigung zur Selbstdarstellung. Der Idealtypus des Selbstdarstellers begnügt sich nicht mehr damit, nur Vermittler von Inhalten zu sein, sondern betrachtet sich selbst als Inhalt. Er begnügt sich nicht mit der Darstellung von Sachverhalten, sondern begreift sich selbst als Darsteller, am besten als Hauptdarsteller. Zwar ist es ein hoher Anspruch, die „Wahrheit“ ans Licht bringen zu wollen. Weniger verdienstvoll, dafür aber weitaus einträglicher und damit verlockender ist es dagegen, sich selbst möglichst oft ins rechte Licht zu rücken. Und Gelegenheiten dazu bieten sich im Talkshow-Zeitalter reichlich.

Von der Selbstdarstellung ist es dann nur noch ein kleiner Schritt bis zur Selbstüberschätzung. „Hütet uns vor, uns allzu sehr zu heroisieren, die Möglichkeiten, die wir manchmal haben, mit unserer eigenen Bedeutung zu verwechseln“, warnte Herbert Riehl-Heyse, jener Kollege, der unsere Republik in unnachahmlicher Weise beschrieb. Diese Warnung ernst zu nehmen, fällt Journalisten zuweilen schwer. Zu verführerisch sind oft die Schmeicheleien jener, die auf die Gunst der Medien

angewiesen sind. Robert Lembke brachte es einmal auf den Punkt: „Jeder Politiker kennt einen Journalisten, auf dessen Indiskretion er sich verlassen kann.“ Und dennoch: Einzig und allein „zwischen allen Stühlen“ muss der Platz eines verantwortungsvollen Journalisten sein, um eine Einsicht Riehl-Heyses aufzugreifen.

Das ist unbequem und anstrengend. Es kostet Überwindung, da für Journalisten auf den bequemen Sofas der Republik zumeist ein Platz freigehalten wird. Und wenn dann vielleicht der Bürgermeister X oder gar der Minister Y auf das Sofa bitten, kann der Journalist schon in Versuchung geraten: in die Versuchung, die Nähe zur Macht zu genießen und auszukosten. Es reicht oft schon aus, nur das Gefühl zu bekommen, dazuzugehören – wozu auch immer –, um die nötige journalistische Distanz zu verlieren.

Dieser Versuch, Nähe herzustellen und damit journalistische Distanz zu verhindern, hat im Irak-Krieg mit den sogenannten „embedded correspondents“ einen Höhepunkt erreicht. Hunderte von Reportern und Fotografen aus aller Welt wurden für dieses Programm vom Verteidigungsministerium eingeladen, die Bodentruppen zu begleiten, von Kriegsschiffen aus zu berichten oder bei Lufteinheiten zugegen zu sein. Da stellt sich mir schon die Frage: Wie soll ein Journalist, der eine Truppe Tag und Nacht begleitet, mit ihr lebt (und überlebt), noch den Standpunkt eines unabhängigen, distanzierten Beobachters einnehmen? Das „Embedded“-Programm war gewiss ein strategischer Schachzug seitens der Alliierten. Der Beförderung der „Wahrheit“ dienlich war es nicht.

Die einzige Möglichkeit, die einem verantwortungsvollen Journalisten in einer solchen Situation bleibt, ist der Mut zuzugeben, nur über einseitige Informationen zu verfügen und nichts Sicheres zu wissen – beziehungsweise Sicheres nicht preisgeben zu dürfen. Es war durchaus wohltuend festzustellen, dass dieser Mut bei vielen der Irak-Korrespondentinnen und -Korrespondenten vorhanden war. Verlässliche Informationen konnten so jedoch nicht an die Öffentlichkeit gelangen.

## Forderungen an Journalisten

Die Frage, die sich aus diesen Entwicklungen und Beispielen ergibt, ist, wie wir den – bewussten oder unbewussten – Tendenzen der Manipulation wirksam begegnen können. Welche journalistischen Grundsätze müssen also eingehalten werden, um den heutigen Anforderungen an die Medien gerecht zu werden?

So simpel es auch klingen mag: Die wichtigste Forderung lautet

schlicht: Journalismus muss sich als Dienst an der Gesellschaft verstehen.

Ableiten lässt sich dieser Anspruch aus unserer freiheitlich demokratischen Grundordnung. Die Meinungsfreiheit ist „für die freiheitlich-demokratische Grundordnung [...] schlechthin konstituierend“ - so das Bundesverfassungsgericht. Ohne sie ist eine Demokratie nicht vorstellbar, sie ist Wesenselement des freiheitlichen Staates. Die Meinungsfreiheit - und damit die Freiheit der Medien - ist unabdingbar, damit sich der zur politischen Entscheidung berufene Bürger umfassend informieren und orientieren kann, damit er die verschiedenen Meinungen kennt und gegeneinander abwägen kann. Die Medien stehen - so das Bundesverfassungsgericht in einem Urteil von 1966 - „als ständiges Verbindungs- und Kontrollorgan zwischen dem Volk und seinen gewählten Vertretern in Parlament und Regierung“.

Die Medien sind somit einzig den Bürgerinnen und Bürgern verpflichtet, also den Lesern der Zeitungen und Zeitschriften, den Hörern der Radioprogramme und den Zuschauern der Fernsehprogramme. Das ist der Maßstab, der leicht zu verstehen, nicht aber immer leicht zu verwirklichen ist: Frei, unbeeinflusst und verständlich sind Informationen zu recherchieren und weiterzugeben. Es gilt grundsätzlich vom Anspruch des Publikums her zu denken: vom Anspruch auf sachliche und relevante Information und vom Anspruch darauf, überlegte und kritische Bewertungen als Basis für die eigene Meinungsbildung angeboten zu bekommen. Und es gilt, alles zu unterbinden, was sich dem Publikum vordergründig als Wirklichkeit aufdrängt, bei genauerer Betrachtung jedoch bestenfalls *eine mögliche Ansicht einer Sache* ist.

Diese Forderung darf nicht als Aufforderung zum Populismus missverstanden werden. Sie verlangt von den Journalisten vielmehr, die Erwartungen ihres Publikums zu erkunden und ernst zu nehmen; sie verlangt, über eigene Ansichten hinaus das Gelten zu lassen, was für die Leser, Hörer und Zuschauer bedeutsam ist und was der notwendig kontroversen Pluralität der Gesellschaft entspricht.

Alle weiteren Forderungen sind aus diesem Auftrag der Bürger an die Journalisten ableitbar: die gründliche Recherche etwa, die möglichst wahrheitsgetreue Wiedergabe, die klare Trennung von redaktionellen und werblichen Texten sowie von Nachricht und Kommentar, die Pflicht zur Sorgfalt oder das Gebot, die Persönlichkeitsrechte zu achten und das sittliche und religiöse Empfinden nicht zu verletzen. Es sind bei weitem mehr als zehn Gebote - und ich werde daher im Folgenden auch nur einige exemplarisch herausgreifen.

Als kleiner Exkurs an dieser Stelle eine Begebenheit, die für mich ein berufliches Schlüsselerlebnis war - sowohl in Hinblick auf die Achtung

der Persönlichkeitsrechte als auch bezüglich des verantwortungsvollen Umgangs mit Bildern.

### **Das „Erlanger Baby“**

Die Geschichte liegt nun elf Jahre zurück. Ende 1992 wurde eine 18-jährige Frau in die Erlanger Universitätsklinik eingeliefert. Sie hatte bei einem Verkehrsunfall schwere Kopfverletzungen erlitten. Drei Tage nach ihrer Einlieferung starb die junge Frau - genauer: Sie war hirntot. Ein trauriger, bis dahin aber - leider - nicht ungewöhnlicher Fall. Außergewöhnlich wurde der Fall dadurch, dass die Frau im vierten Monat schwanger war. Ihr ungeborenes Kind war noch am Leben, es war bei dem Unfall nicht verletzt worden. Was tun?

Die Ärzte entschieden sich im Einvernehmen mit der Familie der Toten dafür, die Körperfunktionen der hirntoten Frau aufrechtzuerhalten, um dem Fötus die Chance auf Entbindung und damit auf sein Leben zu geben. Einen derartigen Fall hatte es in Deutschland bislang noch nicht gegeben.

Es entbrannte eine äußerst kontrovers geführte Debatte, journalistisch begleitet von Medien jedweder Couleur. Und natürlich waren auch damals alle hinter der „Exklusivität“ her. Ich leitete zu dieser Zeit das Studio Franken des Bayerischen Rundfunks in Nürnberg. Und wir, wir hatten tatsächlich exklusive Bilder: bewegte Ultraschallbilder vom Fötus im Leib der toten Mutter. Ich möchte gar nicht darauf eingehen, wie wir zu diesen Bildern gekommen sind, nur soviel: Wir hatten sie nicht gekauft, sie waren nicht illegal entstanden, es war im Grunde reiner Zufall.

Aber wir hatten sie. Und nun mussten wir entscheiden, wie wir damit umgehen. Senden oder nicht senden? Für diese Entscheidung hatten wir eine gute Stunde Zeit. Eine Stunde, um eine ganz konkrete journalistisch-ethische Frage zu beantworten: Welche Art von Bildern dürfen wir verwenden, ja welche müssen wir vielleicht sogar verwenden?

Diese Frage haben wir leidenschaftlich diskutiert. Die Befürworter der Ausstrahlung argumentierten vor allem mit dem Reiz der Exklusivität; auch mit dem Argument, die Bilder seien der visuelle Beweis dafür, dass der Fötus am Leben sei. Aber: Diese Information war ja nicht neu und an ihr zu zweifeln wäre angesichts der ärztlichen Behandlung unsinnig gewesen. Die Ultraschallbilder hätten uns gewiss eine hohe Quote eingebracht - aber auch einen Zugewinn an Kenntnis?

So groß die Versuchung war - wir haben uns schließlich gegen die Ausstrahlung entschieden. Die Würde der toten Frau wog für uns schwerer als der Effekt, den wir durch die Ausstrahlung sicher erzielt hätten.

Es mag pathetisch klingen: Aber Menschenwürde darf nicht mit Einschaltquote verrechnet werden.

Übrigens war das Bemühen der Ärzte, das Kind zu retten, schließlich vergeblich. Sie konnten zwar den Zustand der Mutter eine Weile stabil halten, doch letztendlich starb der Fötus.

Für mich war diese Begebenheit ein wirklich prägendes Erlebnis, weil sie ein besonders drastisches Beispiel für die vielen kleinen Versuchungen des journalistischen Alltags darstellte, die schnell dazu führen können, die eigenen Grundsätze zu ignorieren.

## Beschleunigung und Public Relations

Eine weitere Versuchung, eine weitere Tendenz, die ich in den vergangenen Jahren beobachtet habe, ist der Hang, möglichst schnell - und damit zwangsläufig oberflächlich und unsauber - zu arbeiten. Der Grund hierfür liegt in der Beschleunigung und der Masse der Information, die täglich auf uns einwirkt. „Wir sind der Tyrannie der Aktualität unterworfen“, schreibt die langjährige ARD-Auslandskorrespondentin Sonia Michik. „Wir haben keine Zeit mehr zu zweifeln, der Satellit wartet.“

Die Gefahr, dass im Zweifel Schnelligkeit vor Richtigkeit geht, tatsächliche oder vermeintliche Eilbedürftigkeit die Wichtigkeit dominiert und Reflexe der Reflexion keine Chance mehr lassen, ist groß. In Zeiten, in denen immer mehr Meldungen immer schneller lanciert werden, bleibt für gründliche und damit zeitaufwändige Recherchen immer weniger Raum. Stattdessen scheint sich die Praxis einzubürgern, die von Pressestellen und Agenturen herausgegebenen Informationen ungeprüft und ungefiltert weiterzugeben. Mittlerweile stammen, so konnte nachgewiesen werden, teilweise zwei Drittel aller von den Medien veröffentlichten Meldungen aus Pressestellen und PR-Agenturen.

Das Lancieren von Themen seitens einer Agentur oder Pressestelle ist durchaus legitim. Nur darf sich der Journalist nicht zum bloßen Weiterleiter degradieren lassen, sondern muss als Filter fungieren, der Meldungen kritisch durchleuchtet und überprüft. Wer Pressemitteilungen dagegen lediglich eins zu eins weitergibt, macht sich unweigerlich zum Erfüllungsgehilfen von Partikularinteressen. Zu einem - wie auch immer gearteten - Erkenntnisgewinn trägt er jedoch nicht bei.

Als Reaktion auf diese Entwicklung haben vor nicht allzu langer Zeit Journalisten einen Verein gegründet, der ihren Kolleginnen und Kollegen bessere Möglichkeiten der Recherche bieten soll. „Netzwerk Recherche“ heißt er. Diese Initiative muss ein Warnsignal insbesondere für die Medienbetriebe sein: Originäre Recherche mag teuer sein - aber der Qualität

eines Senders oder einer Zeitung bringt sie einen unbezahlbaren Gegenwert. Es sind also vor allem die Programmverantwortlichen gefordert, ihren Mitarbeitern eine der so wichtigen Prioritäten zu vermitteln: „Lieber dreimal Zweiter als einmal falsch!“.

Doch nicht nur gründliche Recherche gilt es anzumahnen, sondern auch kritische, unerschrockene Fragen. Vorbildlich hat sich hier meines Erachtens der Kollege vom Politmagazin Panorama verhalten, der vor einiger Zeit Helmut Kohl zu dessen Beraterhonorar bei Leo Kirch befragt hatte: Auch als der Altbundeskanzler in Rage geriet, ihm die Antwort verweigerte und das angesehene Magazin des Landesvertrags bezichtigte, ließ er sich nicht einschüchtern, fragte sachlich und beharrlich weiter. Und hat so Antworten (oder besser Reaktionen) auf seine Fragen erhalten, die durchaus erhelltend waren.

Dies setzt freilich Distanz zum Berichtsgegenstand, Distanz zur Macht voraus. Nur so können bislang unbekannte Aspekte und Erkenntnisse zu Tage kommen, und nur so können die vielen Versuche der Beeinflussung, denen Journalisten immerzu begegnen, bloßgestellt werden.

## Beeinflussungsversuche: Inszenierung und Skandalisierung

Insbesondere Politiker brauchen die Medien - heute mehr denn je. Denn wer die Spielregeln der Medien nicht beherrscht, hat kaum noch eine Chance auf eine politische Karriere.

Eine der wichtigsten dieser Spielregeln ist die Inszenierung, das Konstruieren eines ganz bestimmten Images. Bei immer mehr Politikern scheint sich die Überzeugung durchzusetzen, dass nicht die oft mühselige parlamentarische Kleinarbeit zu der gewünschten demokratischen Öffentlichkeit beiträgt, sondern allein ihre mediale Präsenz. Derartige Inszenierungen immer wieder zu entblößen muss die Aufgabe von Journalisten sein - nicht deren Verfestigung!

Wenn beispielsweise ein Spitzenkandidat kurz vor der Wahl sämtliche karitativen Einrichtungen seines Wahlbezirks besucht und sich dabei medienwirksam ablichten lässt, dann muss es die Aufgabe von Journalisten sein, dies als Werbetour zu beschreiben - und nicht als soziales Engagement. Und wenn sich diverse Experten zur x-ten Kommission zusammentreffen oder sich Regierungschefs zum x-ten Sondierungsgepräch treffen, dann gilt es deutlich zu sagen, dass das vermeintlich „neue“ Papier, \*die vermeintlich guten Fortschritte nichts wirklich Neues beinhalten - wenn dem so ist.

Beachtenswert erscheint mir in diesem Zusammenhang auch, dass

sich Politiker nicht mehr nur über Inhalte zu profilieren suchen, sondern sich mittlerweile sogar bewusst in die Nähe des Fiktiven begeben: Wenn ein Parteivorsitzender in den Big-Brother-Container steigt, eine Ministerin als Kandidatin in einer Quiz-Show auftritt und der Kanzler (seinerzeit noch als Ministerpräsident) den Stargast einer Daily Soap mimt, dann werden Politiker unweigerlich immer mehr wie Schauspieler wahrgenommen. Dass dies auch umgekehrt funktioniert, haben wir erstmals im Falle Ronald Reagans und jüngst auch bei Arnold Schwarzenegger zur Kenntnis nehmen dürfen oder müssen.

Gefordert sind hier die Medienunternehmen und ihre Programmverantwortlichen, die sich schon auch einmal fragen sollten, ob es dem Publikum tatsächlich einen Zugewinn an Erkenntnis bringt, wenn statt einem Schauspieler der Politiker X in einer der vielen Vorabendserien auftritt, und ob es tatsächlich Orientierung stiftet, wenn ein Minister gerade noch seine schauspielerischen Fähigkeiten zum Besten gibt, um wenige Minuten später in den Nachrichten mit ernster Mine von wichtigen Vorhaben oder nötigen Reformen zu sprechen.

Als Gegenstück zur Inszenierung, bei der Journalisten gefordert sind, etwaige Beeinflussungsversuche abzuwehren, kann die Skandalisierung angesehen werden. Hier sind es die Medien, die versuchen, die Realität in eine ganz bestimmte Richtung zu lenken.

Man muss sich klar machen, dass Skandale keine bereits vorhandenen Sachverhalte sind, die man aufdecken und über die man berichten kann, sondern das Ergebnis von Kommunikationsprozessen. Skandale werden gemacht – nicht nur, aber auch von den Medien. Ein wichtiges Wesensmerkmal eines Skandals ist die Personalisierung, denn durch sie gibt es Verantwortliche, die zur Rechenschaft gezogen werden können, deren Schuld den Ruf nach Sühne und schmerzhaften persönlichen Konsequenzen laut werden lässt. Und so kommt es nicht selten zu Rücktritten von Politikern, zur Entlassung von Funktionären oder zur Geschäftsaufgabe von Unternehmern.

Ein weiteres Merkmal von Skandalen ist, dass die Wahrheit während des Skandals in einer Welle krass übertriebener oder gänzlich falscher Darstellungen untergeht. Im Skandal geht die nüchterne Skepsis, das Abwägen von Argumenten und manchmal auch die aus journalistischer Sicht so notwendige Distanz verloren. Hans-Joachim Friedrichs hat diese journalistische Verantwortung auf den Punkt gebracht: „Distanz halten, sich nicht gemein machen mit einer Sache, auch nicht mit einer guten.“

Auch wenn es zweifellos eine der vornehmsten Aufgaben des Journalismus ist, Missstände aufzudecken oder dunkle Machenschaften zu enthüllen: Verantwortlicher Journalismus bauscht nicht auf, sondern informiert angemessen. Verantwortlicher Journalismus ruft nicht nach

Sühne und Vergeltung, sondern zeigt Wege auf, wie Missstände nachhaltig beseitigt werden können.

Es ließen sich noch weitere Beispiele anführen, um zu zeigen, welche journalistischen Grundsätze und Verhaltensweisen gefordert sind, um den beschriebenen Tendenzen wirksam zu begegnen. Welche Eigenschaften aber sollten wir von Journalisten erwarten dürfen, welches journalistische Selbstbild wäre wünschenswert?

## Wie sollten Journalisten sein?

Selbstverständlich geht es zuallererst einmal um das klare Bekenntnis zu allgemeinen berufsethischen Grundsätzen, wie sie beispielsweise im Pressekodex des Deutschen Presserats festgehalten sind. Daneben geht es aber insbesondere um ein neues journalistisches Selbstverständnis – oder besser gesagt: um die Wiederbelebung eines Selbstverständnisses, das manche Journalisten offenbar längst ad acta gelegt haben. Es geht um die journalistische Verantwortung gegenüber dem Publikum, gegenüber der Gesellschaft, gegenüber dem einzelnen Menschen und gegenüber dem Objekt der Berichterstattung. Um es mit den Worten von Manfred Kock zu sagen, dem Ratsvorsitzenden der Evangelischen Kirche in Deutschland: Wir brauchen Journalisten, die „Vermittler sind zwischen der Wirklichkeit und dem Menschen, die verstehbar machen, was komplex ist, die nahe bringen, was uns fern steht, die Distanz wahren zu den Mächtigen und Nähe herstellen zum Alltag“.

Mehr Nähe zu den Menschen, zum Publikum, ist also gefragt und mehr Distanz zur Macht. Und ich will hinzufügen: Auch mehr Zurückhaltung und Bescheidenheit sind vonnöten.

Was aber heißt bescheiden? Widerspricht dieses Attribut, diese Tugend nicht sogar dem journalistischen Berufsbild? Kann ein Journalist überhaupt bescheiden sein, da er doch unerschrocken Fragen stellen, zuweilen sogar penetrant sein muss, um Antworten zu bekommen? Da er berufsbedingt ein größeres Mitteilungsbedürfnis haben muss als andere? Kann er diese Aufgabe überhaupt erfüllen, wenn er bescheiden ist?

Doch, das kann er! Denn mit Bescheidenheit meine ich nicht positionlose Unterwürfigkeit. Bescheidenheit heißt: ehrlich sein, und zwar zunächst zu sich selbst. Nur von dem, der sich selbst ehrlich einschätzt, kann man auch ehrliche Einschätzungen des gesellschaftlichen und politischen Geschehens erwarten. Über seine eigene Rolle „Bescheid wissen“, seine eigene Position nicht über-, auch nicht unterschätzen und sie verantwortungsvoll nutzen – das ist die Bescheidenheit, die ich meine. Sie ist das Gegenteil der Eitelkeit und Selbstüberschätzung, die im Be-

rufsfeld Journalismus ihre Spuren hinterlassen. Und sicher tätte auch ein bisschen Demut ganz gut. Demut als Verneinung von Hochmut - aber ebenso weit entfernt von Kleinmut: Demut vor der eigenen Rolle als Journalist. Nicht dienern, sondern dienen!

Die Rolle muss sein, sich allein als Diener an den Lesern, Hörern und Zuschauern zu verstehen, der ihnen veranschaulicht und erklärt, warum etwas so und nicht ganz anders ist. „Er wollte verstehen und deshalb konnte er auch erklären.“ Mit diesen Worten charakterisierte Bundespräsident Rau in einem Nachruf Herbert Riehl-Heyse. Dieser war ein einzigartiger Beobachter, ein Beschreiber, ein Mittler. Und deshalb ein Großer. Das ist die vornehmste Aufgabe von Journalisten: dem einen zu erklären, warum der andere so handelt, wie er handelt.

Was aber können wir tun, um ein solches journalistisches Selbstverständnis wieder stärker zu etablieren? Wie können wir den beschriebenen Versuchungen und Gefahren in Zukunft wieder besser Einhalt gebieten?

Gefragt sind hier natürlich vor allem die Medienunternehmen, die Verlage, Radiosender und Fernsehanstalten, die für adäquate Rahmenbedingungen zu sorgen haben. Guter Journalismus ist teuer, er braucht Zeit. Und auch wenn so mancher Verantwortlicher zu glauben scheint, sich Qualität angesichts der vielbeschworenen Medienkrise heute nicht mehr leisten zu können, glaube ich, dass genau das Gegenteil richtig ist: Nur wer sich durch Qualitätsjournalismus profiliert, wird auf Dauer überleben. Gefragt sind dabei vor allem die Universitäten, die Journalistschulen und Ausbildungsunternehmen, die es in der Hand haben, die kommende Journalistengeneration zu verantwortungsvoll und reflektiert handelnden Vertretern ihres Berufsstandes auszubilden.