

Journalismus

Grundbegriffe der Kommunikations- und Medienethik (Teil 30).

Von Christine Ulrich

Journalismus ist „systemrelevant“, wie uns die Coronakrise aufs Neue gelehrt hat. In den Pandemie Jahren hatten damit Journalist:innen, genauso wie Krankenpfleger:innen oder Polizist:innen, einen Anspruch auf Kinder-Notbetreuung und auf einen priorisierten Impftermin. So wie Ärzt:innen den Erhalt der öffentlichen Gesundheit sicherstellen sollen, erbringen Journalist:innen eine ähnlich bedeutsame Leistung: Sie sollen für den Erhalt des gesellschaftlichen Diskurses sorgen. Ihre Tätigkeit ist also offiziell für die Grundversorgung der Gesellschaft von existenzieller Bedeutung und unverzichtbar. Dies gilt „[e]rst recht dann, wenn über Zugriffe auf unsere Grundrechte eine Pandemie bewältigt werden muss“ (Prinzing 2020). Job der Journalist:innen ist es dann, kritisch zu beobachten, wenn Politiker:innen Versammlungen untersagen; Fakten zu checken, wenn Desinformation gestreut wird; Kontexte darzustellen, um Maßnahmen verständlich zu machen; die Stimmen von Bürger:innen zu Gehör zu bringen. Wird die Demokratie – wenngleich zum Schutz hoher ethischer Ziele wie der öffentlichen Gesundheit – eingeschränkt, ist der Journalismus gefragt denn je.

Aber auch allgemein-lebensweltlich sind die Erwartungen an Journalist:innen hoch und ihre Aufgabe verantwortungsvoll: Sie sollen nichts weniger tun, als den Menschen in der Welt Orientierung zu verschaffen und ihnen die Wirklichkeit verstehbar zu machen. Denn, mit einem – meistverwendeten – Zitat: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“ (Luhmann 2017, S. 9).

Grundbegriffe der MEDIENETHIK Communicatio Socialis

*Christine Ulrich,
Dipl.-Rom.,
promoviert in
Medienethik an
der Hochschule für
Philosophie München
und ist Redakteurin
beim Evangelischen
Presse Dienst (epd)
Bayern.*

Und auch wenn ungezählte Akteur:innen auf den Informationsmarkt drängen, ob twitternde Minister:innen, kirchliche Influencer:innen oder „Newsrooms“ von Unternehmen, und obwohl sich die klassische Gatekeeper-Autorität des Journalismus verändert, behauptet er sich im Digitalen auf genuine Weise. Er schafft einen Großteil unseres Wissens und formt unsere Sicht der Dinge, was journalistisches Handeln zu einem der wichtigsten Gegenstände der Medienethik macht: „Wenn von Medienethik die Rede ist, dann ist damit in der überwiegenden Zahl der Fälle journalistische Ethik gemeint“ (Brosda 2010, S. 258).

„Mit der journalistischen Ethik widmet sich der bislang breiteste Bereich der Medienethik den Journalisten und Journalistinnen als gatekeeper (Torwächtern), die entscheiden, welche Themen besonders stark in das allgemeine Bewusstsein rücken und damit dazu beitragen, Wirklichkeitsvorstellungen und Öffentlichkeit zu konstituieren. Aufgrund dieser prominenten Rolle fällt dem Journalismus eine große Verantwortung zu“ (Heesen 2016, S. 4).

Journalismus ist – neben Unterhaltung, PR und Werbung – die wichtigste Profession in den Medien. Journalist:innen müssen medienethisch relevante Entscheidungen treffen: Worüber berichten wir? Wie gehen wir vor? Wenn „Journalismus“ als Grundbegriff der Medienethik beschrieben wird, dann muss die Perspektive also weiter gespannt werden, als wenn es um medien- oder journalismusethische Teilbereiche geht wie z. B. Gewaltdarstellung in den Medien, Emotionen, Teilhabe oder Pluralität. Die Betrachtung ist umfassender, weil Journalismus all diese anderen Begriffe berührt oder sogar miteinschließt.

„Jour“-alismus

Der Begriff „Journalismus“ stammt vom französischen „journal“ (Tagebuch, Zeitschrift), das sich wiederum von „jour“, Tag, ableitet (vgl. DWDS 2022). Im 17. Jahrhundert – der frühen Aufklärung, in der erste Nachrichtenblätter erschienen – wird das Wort „Journal“ ins Deutsche übernommen: Als *Journalist* gilt der Autor einer Zeitschrift und später jemand, der für die Presse arbeitet (vgl. ebd.). Der moderne Journalismus entstand im Zusammenhang mit der Ausdifferenzierung der arbeitsteiligen Gesellschaft im 19. Jahrhundert. Heute bezeichnet der Begriff zum einen das Zeitungs- und Pressewesen und zum anderen die journalistische Tätigkeit oder auch die Berichterstattung und Schreibweise.

Im Wortstamm „jour“ steckt ein Kernmerkmal: Periodizität und Aktualität. Journalistische Themen haben nach Klaus Meier drei Eigenschaften: Sie müssen *neu*, *faktisch* und *relevant* sein – also Gegenwarts-, Quellen- und Gesellschafts- bzw. Publikumsbezug haben (vgl. Meier 2018, S. 14). Daran orientieren sich Journalist:innen bei der Themenplanung. Lokalredakteur:innen berichten nicht über eine Spendenaktion für die Ukraine, wenn diese zu lange her ist (Neuheit); Politikreporter:innen müssen prüfen, ob an den Behauptungen der Landtagsabgeordneten etwas dran ist (Faktizität); und ein Thema ist die Hitzewelle 2022, aber nicht unbedingt, wo Schauspieler:in XY ihren Urlaub verbringt (Relevanz). Hier wird auch deutlich, dass beim Reden über Journalismus meist dessen Kernbereich, der *Informationsjournalismus*, gemeint ist, der etwa von reinem Meinungs- oder Unterhaltungsjournalismus zu differenzieren ist.

Abgrenzungen

Durch diese Merkmale und seine Arbeitsweise grenzt sich der Journalismus auch von anderen medialen Bereichen ab, etwa von strategischer Kommunikation wie PR. So publiziert das Kundenmagazin „DB mobil“ der Deutschen Bahn auch qualitätsvolle Artikel, doch sind diese für die Bürger:innen ebenso relevant (im Sinne vergleichender Selektion) und faktisch (im Sinne von Ausgewogenheit)? Wenn für Nürnberg als Ziel von Bahn-Städtereisen geworben werden soll, hilft dazu eher ein Artikel über die Traditionsbegeisterung der Lebkuchenbäcker:innen als ein Bericht, der das darbende Handwerk mitbeleuchtet (und ausgewogener wäre), oder einer über Nürnbergs Stadtentwicklungsprobleme (der relevanter wäre). Letztere sind echter journalistischer Stoff.

Durch die Aktualität unterscheidet sich der Journalismus zudem von der Wissenschaft, deren Tätigkeiten in puncto Faktizität ähnlich sind: Auch Forscher:innen schaffen Wissen, sie recherchieren, selektieren, analysieren, kontrollieren und präsentieren nach bestimmten handwerklichen Kriterien. Journalismus und Wissenschaft sind damit „die beiden Berufsstände [...], die sich – ablesbar an den professionsethischen Deklarationen – der Wahrheitssuche verschrieben haben“ (Russ-Mohl 2017, S. 54). Journalismus hat die Aufgabe, den Tatsachen nachzujagen – bei allem Bewusstsein dafür, wie er selbst mediale Wirklichkeitskonstruktionen schafft. Ziffer 1 im deutschen Pressekodex lautet:

Durch die Aktualität unterscheidet sich der Journalismus von der Wissenschaft, deren Tätigkeiten in puncto Faktizität ähnlich sind.

„Die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse. Jede in der Presse tätige Person wahrt auf dieser Grundlage das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Medien“ (Presserat 2022).

In dem Moment also, in dem Journalist:innen ihrer ersten Aufgabe nachgehen, ist ihre Tätigkeit verbunden mit medienethischen Fragestellungen: Was sind Tatsachen? Was ist die Wahrheit, was bedeutet wahrhaftig? Welche Öffentlichkeit sprechen wir an? Wessen Würde wird wie durch meine Berichterstattung tangiert? Die Medienethik fordert den Journalismus auf, darüber nachzudenken, um seiner Verantwortung gerecht zu werden.

Aufgaben

Ausgangspunkt für das Wahrheitsgebot und für ethische Überlegungen ist die Feststellung, dass Journalismus eine gesellschaftliche Aufgabe zu erfüllen hat (vgl. Brosda 2010, S. 259). Seine wichtigste normative Begründung ist seit dem 19. Jahrhundert die demokratietheoretische. Demnach bedeutet Journalismus das Herstellen von politischer *Öffentlichkeit*, die sich als Leitbild etabliert hat, insofern sie auf den der Moderne eigenen Anspruch demokratischer Selbstbestimmung verweist (vgl. Imhof 2008). Habermas (2019, S. 275) erklärt die Presse mit Blick auf die Aufklärungszeit zur „vorzüglichsten Institution“ der Öffentlichkeit, und als solche genießt sie das Vertrauen des Publikums. In dieser westlich-rationalen Tradition soll Journalismus „Transparenz in die gesellschaftlichen Verhältnisse bringen. Seine Kernaufgaben sind demnach Information sowie Kritik und Kontrolle“ (Meier 2018, S. 17). Er soll – so die Ideale – unabhängig die Gesellschaft beobachten, Komplexität reduzieren, für Aufklärung sorgen, Meinungsbildung sowie Teilhabe ermöglichen und sich in aller Pluralität als das Selbstgespräch darstellen, „welches die Zeit über sich selber führt“ (Prutz 1971, S. 7). Angesichts von ökonomischen Zwängen, Desinformation und Fake News, Emotionalisierung und Polarisierung steht er aktuell vor neuen medienethischen Herausforderungen.

Journalist:innen müssen permanent Entscheidungen treffen, was zu veröffentlichen ist; das Veröffentlichungsgebot „macht journalistisches Handeln prekär und potenziell begründungsbedürftig“ (Brosda 2010, S. 262). Journalismusetik bedenkt dessen Folgen und ist „die ständige Reflexion über die Unterscheidungen, die dem individuellen Handeln zugrunde liegen“ (Weischenberg 2004, S. 229); ein Stichwort ist Verantwortung.

Organisation und Theorie

Journalismus ist in Demokratien ein freier Beruf, es gibt keine festgelegte Ausbildung. Organisatorisch wird er durch mehrere Ebenen geprägt (vgl. Meier 2018, S. 67-70). Nach dem „Zwiebel-Modell“ von Weischenberg (vgl. 2004, S. 68-71) ist die äußere Schale, die die inneren beeinflusst, der Normenkontext des Mediensystems. Dann kommt das Publikum – der aufgeklärte Staatsbürger –, dem der Journalismus verpflichtet ist und das seinen ökonomischen Erfolg bestimmt. Drittens arbeiten Journalist:innen immer für Medienunternehmen mit jeweils eigenen Produktionsbedingungen. Zudem sind sie gebunden an professionelle Routinen und Schemata; und sie haben bestimmte Rollen inne etwa hinsichtlich Position und Spezialisierung (innerste Schale).

Wie Journalismus wissenschaftlich in der Gesellschaft verortet wird, ist abhängig vom funktionalistischen, konstruktivistischen oder kritischen Theorieansatz. So kann man ihn als gesellschaftliches Funktionssystem fassen oder als kulturelle Praxis denken, man kann Journalist:innen als sozial verantwortlich oder als ökonomisch Handelnde beschreiben (vgl. Löffelholz/Rothenberger 2016). Daraus begründen sich auch Diskussionen darüber, was normativ „ihr Job“ ist.

Entgrenzung und Haltung

Unter den aktuellen Diskussionen in Journalismuspraxis und -forschung ragen zwei heraus. Bei der *Entgrenzungs*-Debatte geht es um die digitale Transformation, die der Journalismus seit der Jahrtausendwende durchläuft. Es verschwimmen die Grenzen zur PR, zwischen Redaktion und Marketing, Kerntätigkeiten und Zusatzaufgaben, faktualen und fiktiven Formaten, Qualitäts- und Laienjournalismus sowie Kommunikator:innen und Rezipient:innen (vgl. Loosen 2016). Ist ein Social-Media-Star wie der YouTuber Rezo ein professioneller Journalist? Wie drehbuchartig konstruiert darf eine Reportage sein? Was Journalismus ist, erscheint weniger konturiert und differenzierbar, was nicht nur den systemtheoretischen Theorieansatz zu Aktualisierungen auffordert.¹ Durch Entgrenzungen ist der Journalismus in seinen Kernaufgaben berührt, was wiederum von medienethischer Relevanz ist.

1 Allerdings gilt auch: „Entgrenzung ist zu einer Pauschal-diagnose für die Wandlungs- und Transformationsprozesse der gesellschaftlichen Kommunikationsverhältnisse geworden“ (Loosen 2016, S. 185).

Eine Grundfrage ist, bis
zu welchem Punkt unbeteiligtes
Beobachten überhaupt möglich
bzw. wünschenswert ist.

Die *Haltungs*-Debatte entzündete sich in den 2010er-Jahren neu an den Themen Klimawandel und Flüchtlingszuzug. Einige Journalist:innen fordern mehr Position in der Berichterstattung; man müsse Haltung in Form von offen präsentierten Grundüberzeugungen zeigen, etwa wie Hilfe für Geflüchtete oder konsequenter Umweltschutz auszusehen haben, weil Journalismus mit moralischer Indifferenz nichts fürs Gemeinwohl bringe. Kritiker:innen sagen, dadurch würden faktenbasierte Berichterstattung sowie Normen wie Objektivität und Neutralität vernachlässigt, und Haltung gleite leicht in Aktivismus oder „Gesinnungsjournalismus“ ab (vgl. Welcherling 2020); gerade in „postfaktischen Zeiten“ sei unabhängiges Berichten von Fakten wesentlich. Eine Grundfrage ist dabei, bis zu welchem Punkt unbeteiligtes Beobachten überhaupt möglich bzw. wünschenswert ist. Auch diese Diskussion ist alt – und wird unter digitalen Vorzeichen neu geführt; in jedem Falle ist sie eine Diskussion, die medienethische Fragestellungen zur Aufgabe des Journalismus in den Fokus rückt.

Literatur

- Brosda, Carsten (2010): *Journalismus*. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hg.): *Handbuch Medienethik*. Wiesbaden.
- DWDS (2022): *Journalismus*, der. In: <https://www.dwds.de/wb/Journalismus>. (zuletzt aufgerufen am 9.9.2022).
- Habermas, Jürgen (¹⁶2019): *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main.
- Heesen, Jessica (2016): *Einleitung*. In: Dies. (Hg.): *Handbuch Medien- und Informationsethik*. Wiesbaden, S. 1-8.
- Imhof, Klaus (2008): *Theorie der Öffentlichkeit als Theorie der Moderne*. In: Winter, Carsten/Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich (Hg.): *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden, S. 65-90.
- Löffelholz, Martin/Rothenberger, Liane (Hg.) (2016): *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden.
- Loosen, Wiebke (2016): *Journalismus als (ent-)differenziertes Phänomen*. In: Löffelholz, Martin/Rothenberger, Liane (Hg.): *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden, S. 177-190.
- Luhmann, Niklas (⁵2017): *Die Realität der Massenmedien*. Wiesbaden.
- Meier, Klaus (⁴2018): *Journalistik*. Konstanz/München.
- Presserat (2022): *Publizistische Grundsätze (Pressekodex)*. In: <https://www.presserat.de/pressekodex.html>. (zuletzt aufgerufen am 9.9.2022).

- Prinzing, Marlis (2020): Vier Lehren, die Journalist*innen aus der Corona-Berichterstattung ziehen sollten. In: Frankfurter Rundschau Online vom 5.5. <https://www.fr.de/meinung/journalismus-corona-krise-vier-lehren-journalisten-ziehen-sollten-13749480.html>. (zuletzt aufgerufen am 9.9.2022).
- Prutz, Eduard (1971): *Geschichte des deutschen Journalismus*. Faksimile-Druck nach der 1. Auflage von 1845 (Hannover). Göttingen.
- Russ-Mohl, Stephan (2017): Journalismus und Gemeinwohl in der Desinformationsökonomie. In: *Communicatio Socialis*, 50. Jg., H. 1, S. 50-63. DOI: 10.5771/0010-3497-2017-1-50.
- Weischenberg, Siegfried (³2004): *Journalistik*. Bd. 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Wiesbaden.
- Welchering, Peter (2020): *Gesinnung oder Haltung. Klärung in einer journalistischen Werte- und Erkenntnisdebatte*. In: *Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung*, 3. Jg., H. 4, S. 234-249, DOI: 10.1453/2569-152X-32020-10980-de.